

ISSN: 2460-1896

e-ISSN: 2541-5573

Volume 5, Nomor 1, Juni 2019

> Islamic Economics Journal

Islam's Market Ideology: A Brief Outline

Abdul Rahim Mohammed Adada

The Concept of Welfare From Siyasaḥ Syar'iyah Perspective and
Its Implementation on Zakat Management in Indonesia

Satria Hibatal Azizy

Analisis Uang Wariq Dalam Sosiologi Ilmu Pengetahuan

Muhammad Alfian Rumasukun

Analysis of The Effect of Amount of Money Supply (JUB), Exchange Rate,
Profit Sharing And Interest Rate On The Inflation 2011-2017:

Islamic and Conventional M1 Comparative Study

Imam Haryadi, Wahid Ilhami

Strategi Bersaing Hotel Syari'ah,

Pendekatan Manajemen Bisnis Syari'ah: Studi Pada Syari'ah

Azidni Rofiqo, Rahmani Timorita Yulianti

Analisis Indikator Kinerja Zakat Community Development

Dalam Rangka Pemberdayaan Mustahik Produktif

Azizah Mursyidah

Signifikansi Penerapan Literasi Ekonomi Islam di

Perguruan Tinggi: Kajian Teoritis

Ahmad Lukman Nugraha, Adib Susilo, Arie Rachmat Sunjoto

جامعة دار السلام كونتور

UNIVERSITY OF DARUSSALAM GONTOR

Strategi Bersaing Hotel Syari'ah, Pendekatan Manajemen Bisnis Syari'ah: Studi Pada Syari'ah Hotel Solo

Azidni Rofi'qo

Universitas Darussalam Gontor, Jl. Raya Siman Km 06, Ponorogo

Rahmani Timorita Yulianti

Universitas Islam Indonesia, Jl. Jakal Km 14, Sleman

Email: rofiqozidni@gmail.com

rahmani_ty@yahoo.com

Abstract

Islamic sharia is the only guide for people's life of the sake of maqasid sharia fulfillment. Indonesia is now seeking a way to boost the sector of sharia tourism. One of measurements taken to do so is through the enhancement of sharia hotel sector. However, the unstable financial and political constraints are known to hamper the sustainability of sharia hotel. Sharia Hotel Solo is claimed to be the biggest sharia hotel in Indonesia. However, we need to analyze its position in Solo since the city is known to have a heightened hotel sector competition without being entailed by an increase level of consumer. Thus, this research is primarily aimed at describing the competitive strategy applied by Sharia Hotel Solo in accordance with sharia business management. In addition, it also unravels the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of the hotel through sharia business management. The research was conducted through quantitative method. It was analyzed through Internal-External Factor Evaluation, SWOT. The results of IFE show that hotel's internal condition was very good as value of IFE in 3.55. External condition of hotel also very good as result of EFE analysis in value of 3.29. However, I-EFE analysis reveals that Sharia Hotel Solo was situated in Cell I, indicating that its competitive strategy was located in developing and building. The SWOT analysis reveals that it can utilize the opportunity with its strength and overcome the threat by enhancing its strength.

Keywords: *Competitive Strategy, Sharia Business Management, Sharia Hotel*

Abstrak

Syari'ah Islam adalah satu-satunya panduan untuk kehidupan orang demi pemenuhan maqasid syari'ah. Negara Indonesia saat ini mencari cara untuk meningkatkan sektor pariwisata syari'ah. Salah satu ukuran yang diambil untuk melakukannya adalah melalui peningkatan sektor hotel syari'ah. Akan tetapi, terdapat kendala keuangan dan politik yang tidak stabil menjadi penghambat keberlangsungan hotel syari'ah. Syari'ah Hotel Solo diklaim sebagai hotel syari'ah terbesar di Indonesia. Dengan demikian, kita perlu menganalisis posisinya di Solo karena kota ini dikenal memiliki persaingan sektor hotel yang tinggi tanpa diikuti oleh peningkatan tingkat konsumen. Penelitian ini bertujuan menggambarkan strategi bersaing yang diterapkan oleh Syari'ah Hotel Solo sesuai dengan manajemen bisnis syari'ah. Selain itu, juga mengungkap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman hotel melalui manajemen bisnis syari'ah. Penelitian ini dilakukan melalui metode kuantitatif. Itu dianalisis melalui Evaluasi Faktor Internal-Eksternal, SWOT. Hasil IFE menunjukkan bahwa kondisi internal hotel sangat baik sebagai nilai IFE di 3,55. Kondisi eksternal hotel juga sangat baik sebagai hasil analisis EFE pada nilai 3,29. Namun, analisis I-EFE mengungkapkan bahwa Syari'ah Hotel Solo terletak di Sel I, menunjukkan bahwa strategi kompetitifnya terletak pada pengembangan dan pembangunan. Analisis SWOT mengungkapkan bahwa ia dapat memanfaatkan peluang dengan kekuatannya dan mengatasi ancaman dengan meningkatkan kekuatannya.

Kata kunci: *Strategi Kompetitif, Manajemen Bisnis Syari'ah, Hotel Syari'ah*

Pendahuluan.

Syari'at Islam adalah peraturan hidup yang datang dari Allah ta'ala, ia adalah pedoman hidup bagi seluruh umat manusia. Sebagai pedoman hidup ia memiliki tujuan utama yang dapat diterima oleh seluruh umat manusia. Tujuan diturunkannya syariat Islam adalah untuk kebaikan seluruh umat manusia. Dalam ruang lingkup ushul fiqh tujuan ini disebut dengan *maqāsid syari'ah*.¹

Indonesia merupakan negara yang memiliki penduduk mayoritas muslim, beberapa waktu lalu, Indonesia digegerkan dengan prostitusi yang dilakukan oleh para artis dengan tarif yang eksklusif. Mereka menyewa kamar hotel untuk melangsungkan hubungan haram tersebut.² Sehingga hotel merupakan salah satu

1 Ahmad al-Hajj al-Kurdi, *al-Madkhal al-Fiqhi:al-Qawaid al-Kulliyah*, (Damsyik: Dar al-Ma'arif, 1980), hlm. 186.

2 Bayu Hermawan (Red.), "Ini Terungkapnya Prostitusi Artis NM dan PR," dikutip dari <http://nasional.republika.co.id/berita/nasional/hukum/15/12/11/nz5y7p354-ini-kronologi-terungkapnya-prostitusi-artis-nm-dan-pr>, diakses pada

tempat yang aman bagi para mucikari dan para hidung belang untuk melakukan transaksi haram tersebut. Selain itu, banyak hotel yang menawarkan layanan haram contoh; minuman keras, makanan dari daging babi, dan lainnya. Hal seperti diatas jelas mengganggu umat manusia khususnya muslim untuk mencapai *maqāṣid syari'ah*. Hotel syari'ah menjadi salah satu alternatif untuk menjawab permasalahan-permasalahan di atas.

Negara muslim memiliki banyak potensi wisata yang belum dimanfaatkan secara optimal, salah satunya adalah pengembangan pariwisata syari'ah. Trend wisata syari'ah semakin tinggi yang semakin membuat wisata syari'ah menjadi ladang bisnis yang menguntungkan untuk digarap. Sejalan dengan wisata syari'ah, industri perhotelan syari'ah merupakan salah satu aspek yang mempunyai peranan penting dalam perkembangan pariwisata syari'ah di Indonesia, dimana industri perhotelan syari'ah tersebut menyediakan jasa akomodasi bagi para wisatawan.

Data dari Dinas Budaya dan Pariwisata (Disbudpar) kota Solo menyebutkan bahwa, pada tahun 2015, wisatawan yang berkunjung ke kota Solo sebanyak 4,2 Juta jiwa. Dan seperti yang disampaikan oleh Kepala Disbudpar kota Sola menargetkan wisatawan yang berkunjung ke kota Solo pada tahun 2016 sebanyak 4,5 Juta jiwa.³ Dengan pangsa pasar yang sangat besar, maka peluang pasar hotel syari'ah di Solo sangat besar pula.

Seiring berkembangnya pariwisata dan meningkatnya jumlah wisatawan ke Solo, hotel-hotel pun bermunculan bak jamur. Beragam layanan dan fasilitas menarik disajikan. Hotel-hotel di Solo sebagian besar Hotel berbintang satu hingga hotel bintang lima bersaing untuk mendapatkan tamu yang akan menginap di hotel. Data BPS Solo tahun 2015 menyatakan bahwa, di Solo terdapat sebanyak 154 hotel. Data statistik pada tahun 2016 juga menyatakan bahwa, tingkat penghunian kamar hotel berbintang di Solo pada bulan April mencapai 48,90% atau meningkat sebanyak 2,49% dari pada bulan Maret 2016.⁴ Dari sebanyak hotel yang berada di Solo, terdapat 3 hotel syari'ah. Yaitu Zaen Syari'ah hotel yang mempunyai 30 kamar, Syari'ah Arini hotel yang mempunyai

tanggal 18 Mei 2016, jam 15.46 wib.

³ Astama Izqi Winata, "Andalkan Wisata Kuliner, Disbudpar Solo Targetkan 4,5 Juta Wisatawan," dikutip dari <http://surakartadaily.com/2016/03/andalkan-wisata-kuliner-disbudpar-solo-targetkan-45-juta-wisatawan/>, diakses pada tanggal 3 Januari 2017, jam. 09.14 wib.

⁴ Badan Pusat Statistik Kota Surakarta, "Berita Resmi Statistik: BPS Kota Surakarta, No. 23/11/72/Th.XIII," (1 November 2016)

45 kamar, dan Syari'ah Hotel Solo yang mempunyai 387 kamar.⁵ Adapun Syariah Hotel Solo merupakan bagian dari Lor In Hotel Solo yang beralamatkan Jln. Adi Sucipto No 47, Desa Gonilan, Kecamatan Kartasura, Sukoharjo, adalah bagian dari karesidenan Kota Solo.⁶

Persaingan bisnis perhotelan di Solo semakin ketat. Hal ini diakui oleh Retno Wulandari sebagai *general manager* Sunan Hotel, yang menilai bahwa jumlah pasokan dan permintaan kamar hotel sudah tidak seimbang.⁷ Selain itu juga, jasa industri perhotelan dipengaruhi oleh kondisi politik, keamanan, regulasi, ekonomi, dan budaya masyarakat. Jika hal tersebut baik, maka industri perhotelan pun kemungkinan akan semakin membaik, dan begitu pula sebaliknya.

Pada menjelang pemilihan kepala daerah, kondisi politik memanas. Seperti menjelang pemilihan Gubernur Jakarta, yang menjadi isu Nasional, isu sara pengacunya. Hal ini akan berimbas pada kondisi bisnis di Indonesia yang akan menurun, terutama pada bisnis pariwisata, karena para wisatawan asing akan merasa takut dengan keamanan mereka. Data BPS menyebutkan grafik Tingkat Penghunian Kamar (TPK) pada tahun 2016 bulan September menurun 1,75 poin dibandingkan bulan sebelumnya.⁸ Dugaan peneliti, pada bulan itu ada peristiwa demonstrasi, iklim ekonomi, dan bisnis di Indonesia yang berubah-ubah yang membuat para manajer untuk membuat strategi yang terbaik, dalam rangka menghadapi persaingan yang super ketat.

Syari'ah Hotel Solo ini bisa dikatakan sebagai pionir sekaligus satu-satunya hotel bintang empat yang berada di Solo, yang mengusung konsep syari'ah. Dan bahkan bisa dibilang hotel syari'ah terbesar di Indonesia. Berbeda dari kebanyakan hotel konvensional di Solo, hotel ini mengutamakan pentingnya institusi keluarga. Sehingga hanya mengizinkan mereka yang terikat hubungan pernikahan atau keluarga untuk menginap. Dari sisi pelayanan makanan pun, Syari'ah Hotel Solo hanya menyediakan segala yang

5 Badan Pusat Statistik kota Surakarta, *Direktori Hotel dan Akomodasi Lainnya di Kota Surakarta*, tahun 2015.

6 <http://www.syariahhotelsolo.co.id/index.html>, diakses pada tanggal 10 Februari 2017, jam 06.30 WIB.

7 Tempo.co, "Bisnis Hotel Solo Tak Berimbang dengan Tingkat Kunjungan," dikutip dari <https://m.tempo.co/read/news/2016/02/26/090748412/bisnis-hotel-solo-tak-berimbang-dengan-tingkat-kunjungan>, diakses pada tanggal 1 Februari 2017, jam 20.30 wib.

8 Badan Pusat Statistik Kota Surakarta, "Berita Resmi Statistik: BPS Kota Surakarta, No. 23/11/72/Th.XIII," (1 November 2016)

halal. Hotel ini tidak menyediakan maupun mengizinkan minuman beralkohol.

Berdasarkan penilaian kepuasan pengunjung secara *online* kepada Syari'ah Hotel Solo, rata-rata mereka puas, dengan diperoleh nilai 8,5 dari penilaian pengunjung sebanyak 753, data rincinya adalah kebersihan diraih poin sebanyak 8.4, kenyamanan sebanyak 8.4, pelayanan 8.4, makanan 8.4 dan lokasi 8.2.⁹ Hal ini menunjukkan hotel tersebut sangat bagus. Melihat penilaian pengunjung terhadap layanan Syari'ah Hotel Solo ini menunjukkan bahwa kehadiran hotel berbasis syari'ah direspon secara positif oleh masyarakat. Namun, seiring dengan hal tersebut, kehadiran hotel berbasis syari'ah ini masih sedikit kuantitasnya. Selain itu, karena kehadirannya yang masih tergolong baru, maka hotel syari'ah harus mampu berkompetisi dengan hotel-hotel konvensional yang notabene keberadaannya sudah lama.

Occupancy Syari'ah Hotel Solo dilihat 5 bulan pertama pada bulan Januari-Mei 2016, menunjukkan angka kenaikan. Meskipun mengalami kenaikan tetapi tingkat penghunian hotel belum menembus 50%. Data yang diperoleh sebagai berikut; bulan januari 10,18%, Februari 14,71%, Maret 24,10%, April 35, 43%, dan Mei 39,12%.¹⁰ Dari data tersebut menarik untuk dianalisis lebih jauh tentang strategi bersaing di Syari'ah Hotel Solo.

Dalam menghadapi persaingan, Syari'ah Hotel Solo perlu mengadakan pengembangan dan evaluasi strategi yang berkesinambungan, karena perusahaan akan berhadapan dengan kondisi fluktuatif dan sulit diantisipasi, seperti kondisi politik, ekonomi, sosial budaya, dan teknologi. Bagaimanapun juga keunggulan bersaing yang dimiliki perusahaan akan sulit untuk dapat bertahan lama, karena setiap perusahaan akan terus saling berlomba, berinovasi supaya mendapatkan keunggulan dibandingkan dengan para pemain lainnya. Maka, kemajuan perusahaan sangat tergantung pada kemampuan untuk dapat membaca dan menyesuaikan perubahan lingkungan yang terus berubah dengan baik, karena kesalahan di dalam membaca perubahan lingkungan akan berpengaruh terhadap perumusan strategi yang menyebabkan perusahaan tidak mampu menghadapi persaingan.

9 Traveloka, dikutip dari <http://www.traveloka.com/hotel/indonesia/syariah-hotel-solo-3000010000353?spec=13-5-2016.14-5-2016.1.1.HOTEL.3000010000353>, diakses pada tanggal 1 Januari 2017, jam. 16.10 WIB.

10 Laporan bulanan *Front Office Departement* Syariah Hotel Solo, tahun 2016

Oleh karena itu, Syari'ah Hotel Solo selayaknya memiliki manajemen dan strategi yang baik, sebagaimana diketahui bahwa satu unsur penting dalam strategi bersaing adalah rencana strategi perusahaan yang selalu memiliki kekreatifitasan yang dapat memandu kegiatan pemasaran, pengembangan strategi bersaing yang tepat.¹¹ Paper ini ditunjukkan untuk mendeskripsikan strategi bersaing yang saat dilaksanakan oleh Syari'ah Hotel Solo dan menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang serta tantangan Syari'ah Hotel dalam untuk menghadapi kompetitornya.

Manajemen Bisnis Syari'ah.

Syari'ah merupakan aturan Allah tentang pelaksanaan penyerahan diri secara total melalui proses ibadah dalam hubungan dengan sesama makhluk. Secara garis besar syari'ah meliputi dua hal pokok, yaitu ibadah dalam arti khusus "*mahḍah*" dan ibadah dalam artian umum "*ghoiru mahḍah*".¹² Karakteristik dari syari'ah Islam mempunyai keunggulan dari pada konvensional, di antaranya adalah universal, *rahmatan lil ālamīn*, membawa kebaikan, lurus dan mudah, membuat segalanya berjalan sistematis, kepemimpinan profesional, penghayatan, ketekunan dan kesabaran, lengkap dengan perangkat jalan keluar.¹³

Bisnis Islami dapat diartikan sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak kuantitas kepemilikan hartanya termasuk profitnya, tetapi dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya terdapat aturan halal dan haram.¹⁴ Manajemen syari'ah adalah seni mengelola sumberdaya yang dimiliki dengan tambahan sumber daya dan metode syari'ah yang tercantum dalam Al- Quran atau hadis Nabi Muhammad.¹⁵

Dengan kendali syariat, bisnis bertujuan mencapai empat hal yaitu: a.) Target hasil; Materi dan non materi. Islam memandang bahwa tujuan suatu hal berorientas pada *qīmah māḍiyah*, *qīmah insāniyah*, *qīmah khuluqiyah*, dan *qīmah rūhiyah*. b.) Pertumbuhan, jika profit dan non profit sudah didapat, maka perusahaan diharapkan

11 Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, terj. Benjamin Molan, edisi 12, Jilid 1, (Jakarta: Indeks, 2009), hlm. 43

12 Buchori Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 170-171.

13 Riyanto Sofyan, *Bisnis Syariah Mengapa Tidak? Pengalaman Penerapan Pada Bisnis Hotel*, (Jakarta: Gramedia, 2011), hlm. 32

14 Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm. 328

15 *Ibid.*

tumbuh dan mendapatkan keuntungan serta berjalan sesuai syari'ah. c.) Keberlangsungan, profit yang didapat diharapkan berlangsung lama dan sesuai dengan syari'ah. d.) Keberkahan atau keridloan Allah, harapan utama dari bisnis adalah keberkahan dan ridlo Allah, SWT. Keberkahan merupakan hasil puncak dari semua usaha.¹⁶

Strategi Bersaing Bisnis Syari'ah.

Strategi bersaing adalah kombinasi antara akhir (tujuan) yang diperjuangkan oleh perusahaan dengan alat (kebijaksanaan) dimana perusahaan berusaha sampai kesana.¹⁷ Di dalam strategi bisnis syari'ah tidak terlepas faktor eksternal yang terdiri dari lingkungan makro dan lingkungan jauh yang dirumuskan oleh Porter dan telah disepakati oleh para cendekiawan muslim dan non muslim.¹⁸

Lingkungan ekonomi, kondisi ekonomi suatu daerah atau Negara dapat mempengaruhi iklim berbisnis suatu perusahaan. Semakin buruk kondisi ekonomi semakin buruk pula iklim berbisnis. Sosial, kondisi sosial masyarakat memang berubah-ubah. Hendaknya perubahan-perubahan sosial yang terjadi yang mempengaruhi perusahaan dapat diantisipasi oleh perusahaan. Kondisi sosial mencakup aspek: sikap, gaya hidup, adat istiadat, pendidikan. Politik, situasi politik yang tidak kondusif akan berdampak negatif bagi bisnis, dan politik yang kondusif akan berdampak positif bagi bisnis. Beberapa hal utama yang perlu diperhatikan dari faktor politik agar bisnis dapat berkembang dengan baik antara lain: undang-undang tentang lingkungan dan perburuhan, peraturan tentang perdagangan luar negeri, stabilitas pemerintahan, peraturan tentang keamanan dan kesehatan kerja, dan sistem perpajakan.¹⁹

Teknologi, teknologi tidak hanya mencakup penemuan-penemuan yang baru saja, tetapi juga meliputi cara-cara pelaksanaan atau metode-metode baru dalam mengerjakan suatu pekerjaan, artinya bahwa ia memberikan suatu gambaran yang luas yang meliputi: mendesain, menghasilkan dan mendistribusikan.²⁰

16 Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah...*, hlm. 266-267

17 Michael E. Porter, *Strategi Bersaing*, terj. Sigit Suryanto, (Tangerang: Karisma Publishing Group, 2007), hlm. 34

18 Ernie Tisnawati Sule, dkk, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Refika Aditama, 2016), hlm. 101-104.

19 Suwarsono, *Manajemen Strategik, Konsep dan Kasus*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 1996), hlm. 36-37

20 Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen...*, hlm.52.

Lingkungan industri, aspek lingkungan industri akan lebih mengarah pada aspek persaingan dimana bisnis perusahaan berada, Porter mengemukakan lingkungan industri dalam *competitive strategy* ini menganalisis setidaknya ada 5 aspek :

Ancaman pendatang baru, hal itu pada suatu industri membawa kapasitas baru, keinginan untuk mendapatkan pasar, serta sering kali juga sumber daya utama. Yang akan berakibat turunnya harga atau biaya membengkak sehingga mengurangi profitabilitas. Ancaman masuknya pendatang baru ke dalam industri tergantung pada rintangan masuk yang ada, digabung dengan reaksi dari para pesaing yang sudah ada yang dapat diperkirakan oleh pendatang baru.²¹

Persaingan sesama perusahaan dalam industri, segmen tertentu tidak menarik jika ia telah memiliki banyak pesaing yang kuat, atau agresif. Ia bahkan mungkin lebih tidak menarik jika sekmen tersebut stabil atau menurun, penambahan kapasitas pabrik, toko, harga tetap tinggi, hambatan keluar besar, atau pesaing memiliki kepentingan yang besar untuk ditinggal dalam segmen tersebut. Kondisi ini akan menyebabkan perang harga, perang iklan, dan pengenalan produk baru, sehingga akan menjadi sangat mahal bagi perusahaan untuk bersaing.²²

Tekanan dari produk pengganti, semua perusahaan dalam suatu industri bersaing, dalam arti yang luas, dengan industri-industri yang menghasilkan produk pengganti, produk pengganti membatasi laba potensial dari industri dengan menetapkan harga maksimum yang dapat diberikan oleh perusahaan dalam industri. Makin menari alternatif harga yang ditawarkan oleh produk pengganti, makin ketat pembatasan laba industri.²³

Kekuatan tawar menawar dari pembeli, pembeli bersaing dengan industri dengan cara memaksa harga turun, tawar menawar terhadap mutu yang lebih tinggi dan pelayanan yang lebih baik, serta berperan sebagai pesaing-semuanya dengan pengorbanan profitabilitas industri. Kekuatan dari tiap-tiap kelompok pembeli yang penting dalam industri tergantung pada sejumlah karakteristik situasi pasarnya dan pada kepentingan relatif pembelinya dari industri yang bersangkutan dibandingkan dengan keseluruhan bisnis pembeli tersebut.²⁴

21 Michael E. Porter, *Strategi Bersaing...*, hlm. 37.

22 *Ibid.*, hlm. 412.

23 *Ibid.*, hlm. 57.

24 *Ibid.*, hlm. 59.

Kekuatan tawar menawar pemasok, pemasok dapat menggunakan kekuatan tawar menawar terhadap para peserta industri dengan mengancam akan menaikkan harga atau menurunkan kualitas produk atau jasa yang dibeli. Pemasok yang kuat karenanya dapat menekan profitabilitas perusahaan pengemas aerosol kontrak karena para pengemas ini, yang menghadapi persaingan tajam dari pembeli yang membuat kemasan sendiri, dengan sendirinya kebebasannya menjadi terbatas sekali untuk menaikkan harga mereka.²⁵

Dalam strategi bersaing, selain faktor internal menjadi penting, dan faktor internal inilah letak dari pendekatan manajemen bisnis syari'ah. Operasional, kegiatan produksi-operasi paling tidak dapat dilihat dari keteguhan dalam prinsip-prinsip efisiensi, efektivitas, dan produktivitas. Oleh karenanya, faktor-faktor yang perlu diperhatikan adalah hubungan baik dengan pemasok, sistem logistik yang andal, lokasi fasilitas yang tepat, organisasi yang memiliki kesatuan sistem yang bulat, pembiayaan, pendekatan inovatif dan proaktif, kemungkinan terjadinya terobosan dalam proses produksi, dan pengendalian mutu.²⁶

Pemasaran, agar posisi produk di pasar sesuai dengan harapan, faktor-faktor yang perlu diperhatikan antara lain: produk, harga, tempat, dan promosi. Di dalam pemasaran Islami, disusun berdasarkan motif dan tujuan dasar penciptaan manusia, yaitu beribadah. Pemasaran Islami adalah proses dan strategi pemenuhan kebutuhan melalui penyediaan produk halal dan *thayyib*, yang terbentuk melalui persetujuan kedua belah pihak untuk mencapai kesejahteraan di dunia dan akhirat. Dalam prinsip pemasaran Islami, konsumen akan puas jika produk mempunyai 5 prinsip, yaitu; 1). keabsahan (*halal*), 2). kemurnian (*thayyib*), 3). *deliverability*, 4). *precise determination*, dan 5). kesucian. Dalam hal harga yang sesuai syari'ah, harga tidak boleh lebih rendah dari pada harga pasar.²⁷

Sumber daya manusia merupakan sumber daya penting bagi perusahaan. Oleh karena itu, manajer perlu berupaya agar terwujud perilaku positif di kalangan karyawan perusahaan. Berbagai faktor yang perlu diperhatikan antara lain: langkah-langkah yang jelas mengenai manajemen SDM, keterampilan motivasi kerja, produktivitas, dan sistem imbalan. Kualifikasi standar sumber daya

25 Michael E. Porter, *Strategi Bersaing...*, 62.

26 Ernie Tisnawati Sule, dkk, *Manajemen Bisnis Syariah...*, hlm. 175.

27 *Ibid.*, hlm. 165-168.

manusia dalam manajemen bisnis syari'ah adalah; 1) memahami nilai moral dalam aplikasi muamalah, 2) memahami konsep dan tujuan ekonomi syari'ah, 3) memahami konsep dan aplikasi transaksi dalam *mu'āmalah*, 4) mengendal dan memahami mekanisme kerja bisnis syari'ah, 5) mengetahui dan memahami hukum dasar baik hukum syari'ah maupun hukum positif.²⁸

Tanggung jawab sosial, hal tersebut dalam Islam mencakup zakat, infak, sedekah sebagai instrumen kedermawanan sosial yang diberikan oleh perusahaan kepada pihak yang berhak. Hal tersebut akan memunculkan persepsi masyarakat terhadap citra perusahaan. Tanggung jawab sosial merupakan investasi bagi perusahaan untuk mendorong pertumbuhan berkelanjutan. Tanggung jawab sosial merupakan bagian strategi bersaing, investasi sosial bagi perusahaan dan merupakan upaya untuk memperoleh *licence to operate* dari masyarakat.²⁹

Analisis SWOT.

Analisis SWOT adalah instrumen perencanaan strategis klasik. Dengan menggunakan kerangka kerja kekuatan dan kelemahan dan kesempatan eksternal dan ancaman, instrumen ini memberikan cara sederhana untuk memperkirakan cara terbaik untuk melaksanakan sebuah strategis. Instrumen ini menolong para perencana apa yang bisa dicapai, dan hal-hal apa saja yang perlu diperhatikan oleh mereka. Analisis SWOT merupakan indentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan.

SWOT merupakan singkatan dari *Strength - Weaknesses - Oppurtunities - Threats* artinya, merupakan alat analisis dengan melihat kekuatan – kelemahan – kelemahan – peluang – dan ancaman. SWOT adalah sebuah alat pencocokan yang penting yang membantu para manajer mengembangkan empat jenis strategi; strategi SO (kekuatan-peluang), strategi WO (kelemahan-peluang), strategi ST (kekuatan-ancaman), dan strategi WT (kelemahan dan ancaman). Mencocokkan faktor eksternal dan internal utama merupakan bagian tersulit dalam mengembangkan matriks SWOT dan membutuhkan penilaian yang baik.³⁰

28 Ernie Tisnawati Sule, dkk, *Manajemen Bisnis Syariah...*, hlm.175-176

29 Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 185-186.

30 Fred David, *Manajemen Strategis Konsep*, terj. Dono Sunardi, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), hlm. 327.

Metode Penelitian.

Metode penelitian di dalam penelitian ini merupakan *mix method* atau kualitatif dan kuantitatif. Untuk memenuhi tujuan yang pertama, maka penelitian ini merupakan deskriptif kualitatif. Sedangkan untuk memenuhi tujuan penelitian ke dua yaitu analisis SWOT dan QSPM maka penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Adapun pendekatan yang digunakan adalah pendekatan manajemen bisnis syari'ah. Manajemen bisnis syari'ah adalah seni mengelola sumberdaya yang dimiliki dengan tambahan sumber daya dan metode syari'ah yang tercantum dalam Al- Quran atau hadis Nabi Muhammad.³¹

Subjek di dalam penelitian ini adalah *executive assistant manager*, manajer *human resource development*, manajer *information*, manajer kesyari'ahan. Sedangkan obyek penelitiannya adalah strategi bersaing di Syari'ah Hotel Solo. Penelitian ini dilakukan pada Syariah Hotel Solo. Dan waktu penelitian kurang lebih selama 3 bulan untuk mendapatkan data primer maupun sekunder. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara: wawancara, dokumentasi, serta kuesioner.

Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah analisis kualitatif digunakan untuk mengetahui lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Dan analisis data kuantitatif dengan menggunakan analisis SWOT, IFE, EFE, dan IE. Proses perumusan strategi dilakukan melalui tiga tahap yaitu, tahap masukan (*input stage*) dengan menggunakan matriks IFE dan EFE, tahap pencocokan (*matching stage*) dengan menggunakan matriks IE dan SWOT.

Analisis Internal Factor Evaluation (Kekuatan dan Kelemahan Syari'ah Hotel Solo)

Analisis internal Syari'ah Hotel Solo mencakup kekuatan dan kelemahan yang berada di Syari'ah Hotel Solo. Berdasarkan keterangan di atas maka kekuatan yang ada pada Syari'ah Hotel Solo adalah: a.) memiliki lokasi yang strategis, b.) kehalalan produk, c.) logistik yang keluar berkualitas tinggi, d.) mempunyai harga yang kompetitif, e.) mempunyai budaya kerja yang baik, f.) terjalin hubungan yang solid antar pekerja dan bagian, g.) Mengoperasikan Syari'ah Hotel Solo berdasarkan syari'ah dan keprofesionalan, h.) promosi yang mendunia lewat internet, i.) pelayanan prima dan

31 Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah...*, hlm. 185-186.

sesuai syari'ah, j.) adanya sertifikat LPPOM-MUI, k.) pengembangan teknologi yang baik dan sesuai syari'ah, l.) mayoritas karyawan pada usia produktif, n.) terjaminnya kesejahteraan karyawan dari segi agama, nasab, ekonomi, dan pendidikan, o.) adanya tanggung jawab sosial, berupa zakat, infaq, shodaqoh, kegiatan sosial lainnya, p.) usaha berlandaskan *tauhid, syari'ah, mu'amalat*.

Sedangkan kelemahan yang berada di Syari'ah Hotel Solo adalah; a. Tidak memiliki fasilitas kolam renang dan spa syari'ah, b. Kurangnya MoU dan promosi di dunia Internasional (terutama timur tengah), c. Lamanya durasi waktu pelatihan karyawan, d. Kurangnya jumlah karyawan. Untuk menganalisis kekuatan dan kelemahan yang dihadapi Syari'ah Hotel Solo, apakah kekuatan dan kelemahan tersebut kuat atau tidak, maka perlu dianalisis melalui *internal factor evaluation*, yang nantinya berguna untuk data *internal external factor evaluation*. Matriks internal factor evaluation menunjukkan sebagai berikut:

Faktor Internal	Bobot				JUML AH	Rataan	Nilai Bobot	Rattan x Bobot
	R 1	R 2	R 3	R 4				
1. Kekuatan								
a. memiliki lokasi yang strategis	3	3	3	2	11	2,75	0,04	0,11
b. Semua produk yang dikomersialkan merupakan produk Halal	4	4	4	4	16	4	0,06	0,24
c. Logistik yang keluar berkualitas tinggi	4	4	4	3	15	3,75	0,06	0,21
d. Mempunyai harga yang kompetitif	4	4	4	4	16	4	0,06	0,24
e. Mempunyai budaya kerja yang baik	4	4	4	3	15	3,75	0,06	0,21
f. Terjalin hubungan yang solid antar pekerja dan bagian	4	4	4	3	15	3,75	0,06	0,21
g. mengoperasikan Syariah Hotel berasaskan Syariah dan keprofesionalan	4	4	4	3	15	3,75	0,06	0,21
h. Promosi yang mendunia lewat internet	3	4	3	2	12	3	0,05	0,14
i. Pelayanan prima dan sesuai Syariah	4	4	4	3	15	3,75	0,06	0,21
j. Adanya DSN-MUI	4	4	4	3	15	3,75	0,06	0,21
k. Pengembangan teknologi yang baik dan sesuai Syariah	3	4	4	3	14	3,5	0,05	0,18
l. Mayoritas karyawan pada usia produktif	3	4	4	2	13	3,25	0,05	0,16
n. Terjaminnya kesejahteraan karyawan dari segi agama, nasab, ekonomi, dan pendidikan	4	4	4	3	15	3,75	0,06	0,21
o. Adanya tanggung jawab sosial, berupa zakat, infaq, shodaqoh, kegiatan sosial lainnya	4	4	4	3	15	3,75	0,06	0,21
p. usaha berlandaskan tauhid, syariah, muamalat.	4	3	4	4	15	3,75	0,06	0,21
2. Kelemahan								
a. Tidak memiliki fasilitas kolam renang dan spa syariah	4	3	3	4	14	3,5	0,05	0,18
b. Kurangnya MoU dan promosi di dunia Internasional (terutama timur tengah)	3	2	3	4	12	3	0,05	0,14
c. Lamanya durasi waktu pelatihan karyawan	3	1	3	4	11	2,75	0,04	0,11
d. Kurangnya jumlah karyawan	3	2	3	4	12	3	0,05	0,14
TOTAL						66,5	1,00	3,55

Berdasarkan matriks internal tersebut didapatkan skor 3,55 yang berarti bahwa kekuatan yang ada di Syari'ah Hotel Solo ini sangat kuat, demikian juga kelemahan tersebut juga kuat. Kekuatan utama yang ada di Syari'ah Hotel Solo adalah; a.) Semua produk yang dikomersialkan merupakan produk Halal, b.) Mempunyai harga yang kompetitif, keduanya mempunyai skor 0,25. Diikuti oleh e.) Logistik yang keluar berkualitas tinggi, f.) Mempunyai budaya kerja yang baik, g.) Terjalin hubungan yang solid antar pekerja dan bagian, h.) Mengoperasikan Syari'ah Hotel Solo berasaskan Syari'ah dan keprofesionalan, i.) Pelayanan prima dan sesuai Syari'ah, j.) Adanya DSN-MUI, n.) Terjaminnya kesejahteraan karyawan dari segi agama, nasab, ekonomi, dan pendidikan, k.) Adanya tanggung jawab sosial, berupa zakat, infaq, shodaqoh, kegiatan sosial lainnya, l.) Perusahaan dalam mengoperasionalkan berlandaskan tauhid, syari'ah, etika Islam, hal ini mempunyai skor 0,22. Sedangkan m.) Pengembangan teknologi yang baik dan sesuai Syari'ah mempunyai skor 0,19, n.) Promosi yang mendunia lewat internet mendapatkan skor 0,14, dan o.) Memiliki lokasi yang strategis didapatkan skor 0,12.

Sedangkan kelemahan yang utama pada Syari'ah Hotel Solo adalah; a.) Tidak memiliki kolam renang dan SPA Syari'ah, yang mendapatkan skor 0,18, diikuti dengan b.) Kurangnya MoU dan promosi di kancah internasional, terutama Negara Timur Tengah, c.) Kurangnya jumlah karyawan yang memperoleh skor 0,14. Dan d.) sedikitnya volume pengadaan pelatihan bagi karyawan yang memperoleh skor 0,14.

Analisis External Factor Evaluation (Peluang dan Tantangan Syari'ah Hotel Solo)

Dari pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa peluang yang ada di Syari'ah Hotel Solo adalah; a.) Tumbuhnya Ekonomi Syari'ah, b.) Peraturan AMDAL menjadi safety bagi perusahaan, c.) Peraturan MENPAR tentang sertifikasi hotel syari'ah, d.) Peraturan pemerintah No. 33 tahun 2014 tentang produk halal, e.) Keislaman penduduk muslim yang meningkat, f.) Meningkatnya jumlah penduduk Indonesia, g.) Wisatawan mancanegara yang meningkat, h.) Banyaknya tempat pariwisata di Solo, i.) Pertumbuhan teknologi informasi, j.) Masuknya pendatang baru yang kecil, k.) Kekuatan tawar menawar pemasok yang kecil.

Sedangkan tantangan yang di hadapi oleh Syari'ah Hotel Solo adalah; a.) Terdapat inflasi, b.) Nilai tukar rupiah yang fluktuatif,

c.) Politik yang memanas tentang pilkada, d.) Keamanan pasca aksi bela Islam, e.) Penurunan wisatawan yang menginap di hotel berbintang, f.) Ancaman jasa substansi yang besar, g.) Tawar menawar antar konsumen yang kuat, h.) Persaingan sesama bisnis perhotelan yang kuat.

Untuk menganalisis peluang dan tantangan yang dihadapi Syari'ah Hotel Solo, apakah peluang dan tantangan tersebut kuat atau tidak, maka perlu dianalisis melalui *external factor evaluation*, yang nantinya berguna untuk data *internal external factor evaluation*. Hasil analisis menunjukkan bahwa:

Tabel 2. Matriks External Factor Evaluation Syari'ah Hotel Solo

Faktor Eksternal	Bobot				JUMLAH	Rataan	Nilai Bobot	Rattan x Bobot
	R 1	R 2	R 3	R 4				
1. Peluang								
a. Tumbuhnya ekonomi syariah	4	4	4	4	16	4	0,07	0,26
b. Peraturan AMDAL yang membuat safety bagi perusahaan	4	4	4	2	14	3,5	0,06	0,20
c. Peraturan MENPAR tentang sertifikasi hotel syariah	4	4	3	3	14	3,5	0,06	0,20
d. Peraturan pemerintah no 33 tahun 2014 tentang produk halal	4	4	4	3	15	3,75	0,06	0,23
e. Keislaman penduduk muslim yang meningkat	4	4	4	4	16	4	0,07	0,26
f. Meningkatnya jumlah penduduk Indonesia	3	3	3	3	12	3	0,05	0,15
g. Wisatawan mancanegara yang meningkat	3	3	3	2	11	2,75	0,05	0,12
h. Banyaknya tempat pariwisata di Solo	3	4	3	3	13	3,25	0,05	0,17
i. Pertumbuhan teknologi informasi	4	4	4	4	16	4	0,07	0,26
j. Masuknya pendatang baru yang kecil	3	4	3	2	12	3	0,05	0,15
k. Kekuatan tawar menawar pemasok yang kecil	3	1	3	3	10	2,5	0,04	0,10
2. Hambatan								
a. Adnya inflasi	4	3	3	3	13	3,25	0,05	0,17
b. Nilai tukar rupiah yang fluktuatif	3	3	3	3	12	3	0,05	0,15
c. Politik yang memanas tentang pilkada	4	3	3	4	14	3,5	0,06	0,20
d. Keamanan pasca aksi bela Islam	3	2	3	4	12	3	0,05	0,15
e. Penurunan wisatawan yang menginap di hotel berbintang	3	2	1	3	9	2,25	0,04	0,08
f. Ancaman jasa substansi yang besar	4	2	1	3	10	2,5	0,04	0,10
g. Tawar menawar antar konsumen yang kuat	4	2	2	4	12	3	0,05	0,15
h. Persaingan sesama bisnis perhotelan yang kuat.	4	3	2	4	13	3,25	0,05	0,17
TOTAL						61	1,000	3,29

Berdasarkan hasil analisis matriks external tersebut didapatkan skor angka 3,29, yang berarti bahwa peluang dan hambatan yang dihadapi Syari'ah Hotel Solo saat ini sangat besar. Menurut analisis matriks ini, peluang yang paling besar adalah karena tumbuhnya Ekonomi Syariah, keislaman keislaman penduduk muslim yang

meningkat, pertumbuhan teknologi informasi yang memperoleh skor 0,26. Hal itu diikuti oleh; peraturan undang-undang tentang sertifikat halal, yang memperoleh skor 0,23. Peraturan AMDAL, peraturan Kemenpar tentang hotel syari'ah mendapatkan skor 0,20. Kemudian diikuti oleh banyaknya tempat pariwisata di Solo yang mendapatkan skor 0,17, meningkatnya jumlah penduduk, dan masuknya pendatang baru yang kecil memperoleh skor 0,15. Kekuatan tawar menawar antar pemasok yang kecil yang mendapatkan bobot 0,10.

Sedangkan tantangan atau ancaman yang ada di Syari'ah Hotel Solo yang paling besar adalah situasi politik yang memanas menjelang pemilihan kepala daerah khususnya di Jakarta hal ini mendapatkan skor 0,20. Kemudian diikuti oleh inflasi dan persaingan antar hotel memperoleh skor 0,17, nilai tukar rupiah yang fluktuatif, situasi keamanan yang rawan konflik pasca "Aksi Bela Islam," tawar menawar antar konsumen dan persaingan antar hotel di Solo yang mendapatkan skor 0,15. Ancaman jasa substansi yang besar mendapatkan skor 0,10. Dan tantangan yang paling kecil bagi Syari'ah Hotel Solo adalah penurunan wisatawan mancanegara, yang mendapatkan skor 0,08.

Analisis Internal-External Factor Evaluation (IE).

Matriks (IE) memosisikan berbagai divisi suatu organisasi dalam tampilan sembilan sel. Ukuran setiap lingkaran menunjukkan persentase hasil dari setiap divisi. Matriks (IE) pada praktiknya dapat dikembangkan untuk menggambarkan harapan-harapan di masa mendatang. Analisis sebelum dan sesudah ini meramalkan pengaruh yang diharapkan dari keputusan-keputusan strategis mengenai setiap divisi suatu organisasi. Hasil analisis EFE menunjukkan skor bobot total adalah 3,29, dan hasil analisis IFE menunjukkan skor bobot total adalah 3,55, maka hasil analisis melalui matriks *Internal-External Factor Evaluation* pada Syari'ah Hotel Solo adalah sebagai berikut:

Tabel 3. *Matriks Internal-External Factor Evaluation*

		SKOR BOBOT TOTAL IFE		
		Kuat 3,0-4,0	Sedang 2,0-2,99	Lemah 1,0-1,99
SKOR BOBOT TOTAL EFE	Tinggi 3,0-4,0	I ●	II	III
	Sedang 2,0-2,99	IV	V	VI
	Rendah 1,0-1,99	VII	VIII	IX

Dari hasil tersebut bisa dikatakan bahwa posisi strategi Syari'ah Hotel Solo saat ini pada sel pertama yang dapat digambarkan sebagai tumbuh dan membangun (*grow and build*). Strategi yang intensif (integrasi pengembangan pasar dan pengembangan produk) atau integratif (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal). Strategi yang diterapkan Syari'ah Hotel Solo saat ini adalah strategi tumbuh dan membangun, dan strategi yang intensif atau pengembangan pasar dan pengembangan produk.

Analisis Matriks SWOT.

Matriks SWOT adalah sebuah alat pencocokan yang penting yang membantu para manajer mengembangkan empat jenis strategi; Strategi SO (kekuatan-peluang), strategi WO (kelemahan-peluang), strategi ST (kekuatan-ancaman, dan strategi WT (kelemahan-ancaman). Hasil analisis matriks SWOT pada Syari'ah Hotel Solo dapat ditunjukkan sebagai berikut;

a. Analisis matriks kekuatan-peluang

- 1) Membuka cabang Syari'ah Hotel Solo di tempat yang strategis yang lain (S1, 10 dengan O 1,5 dan 6)
- 2) Mempertahankan keunggulan kompetitif dengan menjalankan bisnis dengan operasional yang sesuai hukum syari'ah (W7,10,13,14 dengan O1,3, 5,6)
- 3) Mengembangkan variasi produk makanan yang sesuai Syari'ah (S2,3 dengan O3)
- 4) Meningkatkan pemasaran di dalam dan luar negeri dengan inovasi promosi (S7 dengan O8,9)
- 5) Meningkatkan kualitas dan kuantitas karyawan (S 12,13

dengan 11)

- 6) Membuat lembaga sosial seperti LAZIS atau yang lain (S14,15 dengan O1)

b. Analisis matriks kelemahan-tantangan

- 1) Membuat Kolam Renang dan Spa Syari'ah (W 1 dengan O1,3,4,6,7)
- 2) Memberikan pelatihan setahun 2-3 kali untuk meningkatkan kualitas pelayanan (W3 dengan O 11)
- 3) Menambah jumlah karyawan 10-20 pekerja (W4 dengan O 11, 6)

c. Analisis matriks kekuatan-ancaman

- 1) Menekan harga logistik yang keluar dan tetap menjaga kualitas (S3 dengan T1, 2)
- 2) Menjaga harga yang kompetitif dengan mempertimbangkan rasionalitas harga di Syari'ah Hotel Solo (S 4 dengan T3, T7)
- 3) Meningkatkan promosi dan meningkatkan pelayanan pada Syari'ah Hotel Solo (S8,9 dengan T 5)
- 4) Memanfaatkan teknologi dengan maksimal untuk menghadapi persaingan sesama bisnis perhotelan (S 11 dengan T6, T8)

d. Analisis matriks kelemahan-ancaman

- 1) Meningkatkan Mou dengan lembaga di Internasional untuk mempromosikan Syari'ah Hotel Solo (W 2 dengan T 5, 6,8)
- 2) Manambah volume pelatihan karyawan untuk meningkatkan kinerja (W 3 dengan T 5, 7,8)

Kesimpulan.

Berdasarkan analisis SWOT maka dapat disimpulkan bahwa; saat ini Syari'ah Hotel menerapkan strategi bersaing (*growth and build*) diantaranya adalah; a) Mengembangkan fariasi produk makanan yang sesuai Syari'ah, b) Meningkatkan pemasaran di dalam dan luar negeri dengan teknologi. c) Meningkatkan kualitas dan kuantitas karyawan. d) Menekan harga logistik yang keluar dan tetap menjaga kualitas. e) Menjaga harga yang kompetitif dengan mempertimbangkan rasionalitas harga. f) Memanfaatkan

teknologi dengan maksimal untuk menghadapi persaingan sesama bisnis perhotelan. g) Mempertahankan keunggulan kompetitif dengan menjalankan bisnis dengan operasional yang sesuai hukum syari'ah.

Berdasarkan analisis *matriks internal-external factor evaluation*, strategi yang tepat bagi Syari'ah Hotel untuk menghadapi kompetitornya adalah strategi *grow and build*. Strategi yang intensif (integrasi pengembangan pasar dan pengembangan produk) atau integratif (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal), yang mana strategi tersebut didapatkan pada matriks I-E yang menunjukkan pada kuadran pertama.

Daftar Pustaka.

- Abdurrahman, Nana Herdiana. 2013. *Manajemen bisnis syariah dan kewirausahaan*. Bandung: Pustaka Setia.
- Alma, Buchori., Donni Juni Priansa. 2014. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- al-Kurdi, Ahmad al-Hajj. 1980. *al-Madkhal al-Fiqhi: al-Qawaid al-Kulliyah*. Damsyik: Dar al-Ma'arif.
- Badan Pusat Statistik Kota Surakarta. 2015. *Direktori Hotel dan Akomodasi Lainnya di kota Surakarta Tahun 2015*. Surakarta: BPS Kota Surakarta.
- Badan Pusat Statistik Kota Surakarta. 2016. "Berita Resmi Statistik: BPS Kota Surakarta. No. 23/11/72/Th.XIII." 1 November.
- David, Fred R. 2010. *Manajemen Strategis Konsep*. terj. Dono Sunardi, Jakarta: Salemba Empat.
- Hermawan, Bayu. (red.) 2015. "Ini terungkapnya Prostitusi Artis NM dan PR," dikutip dari <http://nasional.republika.co.id/berita/nasional/hukum/15/12/11/nz5y7p354-ini-kronologi-terungkapnya-prostitusi-artis-nm-dan-pr>. Diakses pada hari Rabu, tanggal 18 Mei 2016, jam 15.46 WIB.
- <http://www.syariahhotelsolo.co.id/index.html>, diakses pada tanggal 10 Februari 2017, jam 06.30 WIB
- Kotler, Philip. Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Terj. Benjamin Molan. edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Indeks.
- Laporan bulanan. 2016. *Front Office Departement Syariah Hotel Solo*.
- Porter, Michael E. 2007. *Strategi Bersaing*. terj. Sigit Suryanto, Tangerang: Karisma Publishing Group.
- Sofyan, Riyanto. 2011. *Bisnis Syariah Mengapa Tidak?: Pengalaman*

- Penerapan Pada Bisnis Hotel*. Jakarta: Gramedia.
- Sule, Ernie Tisnawati, dkk. 2016. *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung: Refika Aditama.
- Suwarsono. 1996. *Manajemen Strategik, Konsep dan Kasus*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Tempo.co. 2016. "Bisnis Hotel Solo Takberimbang dengan Tingkat Kunjungan," dikutip dari <https://m.tempo.co/read/news/2016/02/26/090748412/bisnis-hotel-solo-tak-berimbang-dengan-tingkat-kunjungan>, diakses pada tanggal 1 Februari 2017, jam 20.30 WIB.
- Traveloka. 2016. dikutip dari <http://www.traveloka.com/hotel/indonesia/syariah-hotel-solo-3000010000353?spec=13-5-2016.14-5-2016.1.1.HOTEL.3000010000353>, diakses pada tanggal 1 Januari 2017, jam. 16.10 WIB
- Winata, Astama Izqi. 2016. "Andalkan Wisata Kuliner, Disbudpar Solo Targetkan 4,5 Juta Wisatawan." dikutip dari <http://surakartadaily.com/2016/03/andalkan-wisata-kuliner-disbudpar-solo-targetkan-45-juta-wisatawan/>. Diakses 3 Januari 2017, jam. 09.14 WIB.