STRATEGI GRAND ROYAL DENAI BUKITTINGGI DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN TAMU MELALUI PENYAJIAN MAKANAN HALAL

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Menyusun Skripsi Pada Program Studi S1 Jurusan Pariwisata Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

DISUSUN OLEH :

MITHA ARISOEPRABA

3521047

PROGRAM STUDI PARIWISATA SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UIN SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI

2025

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Mitha Arisoepraba
Nim	: 3521047
Tempat, Tanggal Lahir	: Banyuasin, 22 Desember 2001
Jurusan / Fakultas	: Pariwisata Syariah/ FEBI
Judul Skripsi	:Strategi Grand Royal Denai Bukittinggi Dalam Meningkatkan Kepuasan Tamu Melalui Penyajian Makanan Halal

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Ilmiah (Skripsi) saya dengan judul di atas adalah benar asli (original) karya penulis, kecuali yang di cantumkan sumbernya. Apabila kemudian terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka hal tersebut sepenuhnya adalah tanggung jawab penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan semestinya.

Bukittinggi, 25Juli 2025

Yang Menyatakan,

Mitha Arisoepraba

NIM.3521047

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul Strategi Grand Royal Denai Bukittinggi dalam Meningkatkan Kepuasan Tamu Melalui Penyajian Makanan Halal yang disusun oleh Mitha Arisoepraba, dengan NIM 3521047, telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk dimunaqasahkan pada Program Studi Pariwisata Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Dengan demikian, persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Bukittinggi, 25 Juli 2025

H. Harfandi, SE., M.Si

NIP. 19621110199931001

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

(*Dengan menyebut nama Allah, Maha Pengasih, Maha Penyayang*)

"Segala puji hanya bagi-Mu, ya Allah"

"Tiada daya dan upaya melainkan atas izin dan kasih sayang-Mu semata. Engkau adalah sumber segala kekuatan, penawar segala kepedihan, dan pemberi segala kebahagiaan."

"Syukur Tak Terhingga untuk Sang Pemberi Kehidupan"

Dengan segenap kerendahan hati dan sujud syukur yang tak terhingga, aku persembahkan karya kecil ini, sebuah penanda perjalanan dan perjuangan. Ya Allah, Engkaulah yang senantiasa menuntunku, menjadikanku hamba yang tak henti berpikir, berilmu, bersabar, dan selalu semangat dalam menapaki setiap langkah hidup. Keberhasilan ini hanyalah sebuah awal, sebuah pijakan kecil untuk menggapai cita-cita yang lebih besar di masa depan. Aamiin yaa Rabbal Alamin.

Terima kasih, Ayahanda M. Haris, cinta pertamaku, pahlawan sejati yang tak pernah lelah mendidik dan menanamkan semangat juang. Setiap tetes keringatmu adalah pupuk bagi impianku, setiap nasehatmu adalah kompas yang menuntun jalanku. Aku bangga menjadi putrimu, Ayah. Hari ini, aku telah membuktikan bahwa kecerdasan, keteguhan hati, dan semangat ini adalah anugerah yang mengalir darimu.

Terima kasih, Ibunda Nina Yuhenis, pintu surgaku, tempatku pulang dan menemukan ketenangan. Setiap lantunan doamu adalah kekuatan, setiap pengorbananmu adalah bekal tak ternilai. Terima kasih atas kesabaran seluas samudera dalam menghadapi segala kekuranganku, atas pelukan hangat yang menjadi penguat di setiap badai, dan atas cinta yang tak pernah pudar. Engkaulah penopang, dan akan selalu menjadi tempat terindah untukku kembali.

Terima kasih, adikku Aqso Pratama, yang selalu memberi cinta, semangat, motivasi, dan doa di setiap langkahku. Dirimu alasan untuk terus berjuang, harapan untuk masa depan yang lebih baik. Semoga kelak dirimu bisa meraih kesuksesan yang jauh lebih gemilang dari ini, agar kita bisa membanggakan Ayah dan Ibu bersama. Aamiin.

Terima kasih, Nenekku HJ. Djawanis (Almh) dan Yamani serta Kakekku Abdul Hamid (Alm) dan M Yunus. Kalian adalah alasan hatiku selalu rindu pulang. Sarjana ini kupersembahkan untukmu, Nek, Kek. Maafkan cucumu ini yang mungkin belum sepenuhnya bisa mewujudkan setiap impianmu. Semoga kalian bisa melihat cucu kesayanganmu ini meraih kesuksesan. Aamiin.

Untuk Bapak Nasril dan Ibu Lilis Suryani, orang tua keduaku di perantauan, terima kasih atas kebaikan hati, kehangatan, dan dukungan yang tak pernah putus. Kalian adalah rumah kedua bagiku, tempatku menemukan kenyamanan saat jauh dari keluarga.

Terima kasih, Lutfi Nurul Khairiyah Dinata, teman kos seperjuangan, seperjurusanyang sudah dianggap keluarga. Dirimu saksi bisu setiap tawa, air mata, dan perjuangan dalam menuntaskan skripsi ini. Lebih dari sekadar teman, Dirimu adalah saudari yang akan selalu kusayangi.

Terima kasih kepada Muhammad Luthfi, Melani Hidayah,Seri Bulan Harahap, Asyfa Putri Utami, Asyifah Rihadatul, Syamratul Aina, Rahmat Azif, dan Andria Dandi Saputra, teman-teman seperjuanganku. Kalian adalah pilar kekuatan di saat aku jenuh dan lelah. Mungkin bagi orang lain kalian hanya teman biasa, namun bagiku kalian adalah keluarga yang tak akan tergantikan. Terima kasih telah menjadi bagian dari setiap proses hidup ini, selalu mengingatkan untuk berbuat baik, dan menemani di setiap suka duka. Semoga kita semua meraih sukses di masa depan! Aamiin.

Untuk teman-teman di rumah, Popi Sisiliani, Maharani, Rini Oktaviani, Komariah, Widya Ananda. Kalian adalah pelabuhan yang selalu kurindukan, tempatku berbagi cerita dan tawa. Terima kasih telah selalu ada.

Terima kasih kepada Keluarga Besar S1 Pariwisata Syariah B Angkatan 2021. Empat tahun ini adalah perjalanan yang penuh warna, di mana kita berbagi suka dan duka, tawa dan tangis. Setiap karakter unik dan beragam dari kalian telah mengukir kenangan berharga. Semoga kita semua sukses di jalan hidup masing-masing. Aamiin.

Tak lupa, terima kasih untuk alunan musik yang menemani setiap detik perjuangan, menjadi soundtrack dalam setiap proses kreatif dan lelahku. Terima kasih Hindia Band dan Avenged Sevenfold yang tak pernah gagal membangkitkan semangat.

Terakhir, untuk diriku sendiri. Terima kasih telah berjuang sejauh ini, telah bertahan di tengah badai, dan akhirnya mampu membungkam setiap bisikan meremehkan. Terima kasih kepada jiwa dan raga yang tetap tegar, ikhlas, dan waras dalam menjalani segalanya. Terima kasih kepada masa lalu yang telah menorehkan luka, karena luka itu telah menjadi cambuk, pemicu untuk terus maju hingga mencapai titik ini. Aku bangga padamu, diriku sendiri.

"Hidup bukan saling mendahului, bermimpilah sendiri-sendiri."
(Baskara Putra)

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul **"Strategi Grand Royal Denai Bukittinggi dalam Meningkatkan Kepuasan Tamu Melalui Penyajian Makanan Halal"** yang disusun oleh Mitha Arisoepraba, Program Studi S1 Pariwisata Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Adapun yang melatarbelakangi penelitian ini adalah meningkatnya kesadaran wisatawan Muslim terhadap pentingnya konsumsi makanan halal, serta meningkatnya tren pariwisata halal yang menuntut pelaku industri perhotelan untuk beradaptasi. Grand Royal Denai Bukittinggi sebagai hotel bintang empat di Sumatera Barat berupaya menjawab tantangan tersebut dengan menghadirkan layanan penyajian makanan halal yang sesuai syariat Islam sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan kepuasan tamu.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi hotel dalam penyajian makanan halal dan melihat dampaknya terhadap kepuasan tamu. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penulis menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari strategi yang dijalankan oleh hotel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi Grand Royal Denai Bukittinggi dalam meningkatkan kepuasan tamu melalui penyajian makanan halal yaitu; memanfaatkan komitmen menyajikan makanan halal sesuai syariat Islam, mengembangkan menu halal bervariasi dan menarik, memanfaatkan lokasi strategis dan citra positif hotel, memanfaatkan pengalaman pelayanan tamu muslim yang baik, mengoptimalkan standar operasional prosedur penyajian halal, membangun kerjasama startegis dengan lembaga halal nasional, memanfaatkan manajemen yang mendukung pengembangan wisata halal, berinovasi menciptakan menu khas halal yang sesuai, dengan fasilitas dapur memadai berinovasi menciptakan menu unik yang sesuai, menggunakan media sosial secara efektif serta memperkuat citra positif hotel dengan konsistensi komitmen halal dan pelayanan prima untuk menarik lebih banyak wisatawan muslim dari event/festival kuliner halal.

Kata Kunci : Strategi, Makanan Halal, Kepuasan Tamu, Hotel Syariah

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji dan syukur senantiasa tercurah ke hadirat Allah SWT, atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya yang tiada terhingga, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam tak lupa kita haturkan kepada junjungan alam, teladan kita, Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan seluruh umatnya yang senantiasa istiqomah di jalan-Nya hingga akhir zaman.

Skripsi dengan judul **"STRATEGI GRAND ROYAL DENAI BUKITTINGGI DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN TAMU MELALUI PENYAJIAN MAKANAN HALAL."**ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada jenjang Strata 1 (S1) Program Studi Pariwisata Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Penyusunan skripsi ini tentunya tidak lepas dari dukungan, bimbingan, arahan, dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan rasa terima kasih yang mendalam, penulis ingin menyampaikan apresiasi setulus-tulusnya kepada:

1. Ibu **Prof. Dr. Silfia Hanani, M.Si**. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, atas kepemimpinan dan dukungan yang tiada henti.

2. Bapak **Dr. Aidil Alfin, M.Ag.** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, atas bimbingan dan fasilitas yang telah diberikan selama masa studi.
3. Bapak **H. Harfandi, S.E., M.Si.** selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar dan telaten telah meluangkan waktu, pikiran, serta tenaganya untuk memberikan arahan, bimbingan, dan motivasi berharga dalam setiap tahapan penyusunan skripsi ini hingga tuntas.
4. Bapak **Cahya Agung Mulyana, S.T., M.Par.** selaku Ketua Program Studi Pariwisata Syariah yang tak hanya membimbing dalam perkuliahan, tetapi juga senantiasa memberikan ilmu dan motivasi yang sangat berarti.
5. Bapak **Amsah Hendri Doni, M.E.** selaku Pembimbing Akademik (PA) yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama proses perkuliahan hingga penulis dapat menyelesaikannya dengan baik.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta segenap karyawan dan karyawati Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, atas segala ilmu pengetahuan yang telah diberikan dan fasilitas yang mempermudah perjalanan akademik penulis.
7. Kemudin Ibu **WindaSari** selaku HR Manager dan seluruh Staf Kitchen Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi, serta seluruh informan penelitian lainnya, atas kesediaan meluangkan waktu dan memberikan informasi yang sangat berarti dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurnah, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan

kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan khusnya dalam bidang pariwisata dan pelestarian lokal. Dan terimakasih penulis ucapkan atas bantuanya dalam proses penyelesain skripsi ini semoga mendapat ridho dan balasan pahala dari Allah SWT. Aamiin Ya Robbal Alamin.

Bukittinggi, 25 Juli 2025

Penulis

Mitha Arisoepraba

3521047

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS ..... **i**
PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **ii**
PERSEMBAHAN ..... **iii**
KATA PENGANTAR ..... **vii**
DAFTAR ISI ..... **x**
DAFTAR TABEL ..... **xii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**
BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Identifikasi Masalah 8
C. Batasan Masalah 8
D. Rumusan Masalah 9
E. Tujuan Penelitian 9
F. Manfaat Penelitian 9
G. Penjelasan Judul 10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **13**
A. Landasan Teori 13
B. Landasan Syariah 50
C. Kajian Terdahulu 58
BAB III METODE PENELITIAN **60**
A. Jenis Penelitian 60
B. Lokasi dan Waktu Penelitian 60
C. Jenis dan Sumber Data 61
E. Teknik Pengumpulan Data 63
F. Metode Analisis Data 65

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN **74**
A. Gambaran Umum Objek Penelitian 74
B. Hasil Wawancara 76
C. Analisis SWOT 80
BAB V PENUTUP **98**
A. Kesimpulan 98
B. Saran 99
DAFTAR PUSTAKA **100**
LAMPIRAN DOKUMENTASI **103**

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jenis Hidangan di Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi 5

Tabel 1. 2 Jumlah Kunjungan Tamu ke Restoran Pada Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi (2020-2024) 6

Tabel 2. 1 Kajian Terdahulu58 53

Tabel 3. 1 Faktor Internal Strategi Penyajian Makanan Halal di Hotel Grand Royal Denai Bukitinggi 67

Tabel 4. 1 Matriks Faktor Internal dan Eksternal 83

Tabel 4. 2 Hasil Analisis Matriks IFE 85

Tabel 4. 3 Hasil Analisis Matriks EFE 87

Tabel 4. 4 Matriks SWOT 90

Tabel 4. 5 Tabel Bobot Skor 101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Royal Denai Hotel Bukittinggi..... 74
Gambar 2 Struktur Organisasi..... 75

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata berkaitan erat dengan pelayanan yang didorong oleh permintaan wisatawan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya, berdasarkan motivasi yang dimiliki, dipuaskan oleh pemasaran yang terkonsentrasi dari berbagai penyelenggara yang menyediakan produk dan layanan wisata sehingga terpenuhi segala kebutuhan. Pariwisata bersifat dinamis dan bervariasi serta tidak hanya berkaitan dengan waktu luang meskipun sebagian besar kegiatan wisata dilakukan pada waktu luang. Pariwisata diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan oleh manusia ke suatu tempat yang menyediakan beragam aktivitas dan pelayanan sehingga dapat dinikmati oleh wisatawan berdasarkan kebutuhan tujuan wisata, ketersediaan fasilitas, daya tarik serta transportasi. [1]

Pariwisata dikenal dalam istilah bahasa Arab dengan kata "al-Siyahah, al-Rihlah, dan al-Safar" atau dalam bahasa Inggris dengan istilah *"tourism",* secara definisi berarti suatu aktivitas atau kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh manusia baik secara perorangan maupun kelompok di dalam wilayah negara sendiri ataupun negara lain dengan menggunakan kemudahan jasa dan faktor penunjang lainnya yang diadakan oleh pihak

[1]D. M. Napu et al., *PengantarBisnisPariwisata: Perhotelan, Food and Beverage Service, dan PengembanganDestinasiWisata* (Kabupaten Badung, Bali: IntelektualManifes Media, 2023).

pemerintah maupun masyarakat dalam rangka memenuhi keinginan wisatawan (pengunjung) dengan tujuan tertentu.[2]

Dalam konsep restoran halal, tidak hanya berfokus pada jenis makanan yang disajikan bersifat halal dan higienis, namun semua aspek terkait berjalannya perusahaan restoran harus sesuai dengan nilai-nilai syariat Islam, di antaranya untuk makanan dan minuman, seperti daging yang dikonsumsi harus termasuk ke dalam hewan yang diperbolehkan dalam Islam, yang disembelih, dimasak, dan disajikan sesuai syariat Islam, dan penggunaan peralatan dan bahan-bahan yang tidak termasuk dalam kategori barang-barang haram.[3]

Makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok bagi manusia sehingga tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan. Makanan merupakan unsur kehidupan yang sangat berpengaruh bagi manusia, karena makanan yang dimakan akan memberikan dampak pada anggota tubuhnya. Makanan yang halal akan memberikan kesehatan baik secara jasmani maupun rohani, begitu juga makanan yang haram dapat memengaruhi jasmani dan rohani manusia, karena makanan yang dimakan oleh setiap manusia akan menjadi darah serta daging yang senantiasa melekat padanya. Pada prinsipnya, setiap makanan hukumnya halal, kecuali ada aturan yang mengharamkannya.[4]Aturan yang

---

[2]Syufa'atand A. Zayyadi, *Islamic Tourism (Potensi dan Strategi PengembanganPariwisata Syariah)* (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2022).

[3]Winengan, *Industri Pariwisata Halal (Konsep dan FormulasiKebijakan Lokal)* (Mataram: UIN Mataram Press, 2020).

[4]A. Hermanto and R. Yuhani'ah, *FiqihMakananMinumanKontemporer* (Malang: CV Literasi Nusantara Abadi, 2024).

dimaksud adalah nas, yaitu Al-Qur'an dan as-Sunnah sebagaimana firman Allah Swt. dalam QS. Al-Baqarah ayat 168 yang berbunyi:

يٰٓاَيُّهَا النَّاسُ كُلُوْا مِمَّا فِى الْاَرْضِ حَلٰلًا طَيِّبًا ۖ وَّلَا تَتَّبِعُوْا خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِ ۗ اِنَّهٗ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِيْنٌ ۝١٦٨

Yang artinya :

"Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu."[5]

Namun demikian, dengan berkembangnya pola hidup manusia maka semakin berkembang pula produk-produk makanan dan minuman yang bermunculan. Oleh karena itu, perlu adanya sebuah analisis mendalam serta ijmak jama'i (ijmak kolektif) dengan cara integrasi keilmuan untuk menentukan mana makanan yang dianggap halal dan yang haram.[6]

Industri perhotelan dapat didefinisikan sebagai suatu industri yang berfokus pada pengelolaan dan pemasaran akomodasi, makanan, dan layanan lainnya untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dan pelancong. Industri ini melibatkan berbagai jenis hotel, mulai dari tidak berbintang hingga hotel berbintang, serta berbagai jenis layanan lainnya.[7].Ketersediaan hotel merupakan aspek akomodasi yang sangat penting di suatu destinasi wisata. Pada dasarnya dalam Islam tidak terdapat pengaturan secara rinci tentang konsep halal hotel. Konsep halal hotel merupakan penyediaan

[5]Surah Al Baqarah ayat 168

[6]A. Hermanto and R. Yuhani'ah, *FiqihMakananMinumanKontemporer* (Malang: CV Literasi Nusantara Abadi, 2024).

[7]IhyanaHulfa et al., *ManajemenPerhotelan dan Pariwisata* (Kabupaten Badung, Bali: IntelektualManifes Media, 2024).

fasilitas yang dibutuhkan wisatawan muslim seperti toilet dengan tersedianya air suci, pelayanan dalam penyediaan makanan halal, serta manajemen yang sesuai dengan syariat Islam.[8]Namun, dalam praktik penyajian makanan halal, tidak semua pelaku usaha perhotelan mampu menjaga konsistensi standar halal secara menyeluruh. Masih ditemukan adanya ketidaksesuaian antara klaim makanan halal dengan kenyataan di lapangan, baik dari segi bahan baku, proses pengolahan, hingga penyajian. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi industri perhotelan.

Meningkatnya perkembangan hotel yang ada di Indonesia membuat persaingan dalam bidang perhotelan semakin tinggi. Setiap hotel dituntut harus mampu bersaing dalam pasar dan menyediakan jasa ataupun produk yang berkualitas sehingga konsumen merasa puas dengan jasa atau produk yang diberikan. Salah satu department yang ada di hotel yang menghasilkan sebuah produk (makanan dan minuman) adalah *Food and Beverage*. *Food and Beverage* dapat mengembangkan produk makanan dan minuman lebih menarik dan selalu dibuatkan menu pembaharuan untuk mendorong minat tamu yang menginap maupun yang tidak menginap dan tertarik untuk membeli produk yang dibuat oleh *Food and Beverage*.

Berikut merupakan daftar menu makanan yang disajikan di Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi yang dikategorikan berdasarkan jenis hidangan, seperti yang ditampilkan pada Tabel 1.1.

[8]Winengan, *Industri Pariwisata Halal (Konsep dan FormulasiKebijakan Lokal)* (Mataram: UIN Mataram Press, 2020).

Tabel 1. 1

Jenis Hidangan di Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi

Jenis Hidangan	Menu
Breakfast	Nasi Goreng, Mie Goreng, Nasi Putih, Ayam Tepung, Ayam Black Pepper, Sosis, Kacang Saus Merah, Kentang Goreng, Sayuran, Lontong, Pecal, Soto Ayam, Bubur Kampiun
Jajan Pasar	Roti Bakar, Lupis, Cake, Roti Manis, Bakwan, Pisang Goreng Keju
Lunch	Ikan Gulai, Ayam Bumbu, Terong Sapek, Capcay, Cabe, Kerupuk

Sumber : wawancara dengan SPV restoran (2025)

Industri pariwisatasaatini sangat kompetitif, menuntut hotel-hotel untuk terus berinovasi dalam memberikan pelayanan terbaik kepada tamu. Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi, dengan potensinya sebagai destinasi wisata, memiliki peluang besar untuk meningkatkan daya tariknya melalui sajian kuliner lokal.Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi adalah hotel bintang 4 dengan standar Internasional yang berada di daerah Bukittinggi Sumatra Barat yang memiliki 3 hotel berbintang dan jarak dari 3 hotel itu sangat berdekatan yaitu Royal Denai View bintang 2 (bersebalahan dengan Grand Royal Denai Hotel) , Royal Denai Hotel bintang 3 (berjarak kurang lebih 100 meter dari Grand Royal Denai Hotel) dan hotel yang baru yaitu Grand Royal Denai Hotel bintang 4 yang di resmikan tahun 2016 lalu. Perjalanan dari bandara Internasional Minangkabau ke Hotel Grand Royal Denai kurang lebih 2 jam. Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi adalah hotel bintang 4 dengan standar Internasional yang berada di daerah Bukittinggi Sumatra Barat yang memiliki 3 hotel berbintang dan jarak dari 3

hotel itu sangat berdekatan.Grand Royal Denai Hotel Bukittinggi berlokasi sangat dekat dengan objek wisata seperti kebun binatang , benteng fort de cock, jam gadang, lubang jepang dan ngarai sianok.

Berikut data kunjungan tamu ke restoran secara keseluruhan untuk setiap menu dari tahun 2020 hingga 2024 di Hotel Grand Royal Denai :

Tabel 1. 2

Jumlah Kunjungan Tamu ke Restoran Pada Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi (2020-2024)

Tahun	Jumlah Kunjungan Tamu ke Restoran per Tahun	Kenaikan/Penurunan (%)
2020	3.800	-
2021	4.200	10,5%
2022	3.900	7,1%
2023	4.300	10,2%
2024	4.500	4,6%

Sumber : wawancara dengan HRD Grand Royal Denai Bukittinggi(2025)

Berdasarkan pada tabel 1.2 di atas, dapat dilihat dari tahun 2020 hingga 2024, Hotel Grand Royal Denai menunjukkan variasi naik dan turun yang disebabkan oleh beberapa faktor, seperti peningkatan event, situasi pandemi, dan daya tarik menu yang disajikan. Pada tahun 2020, jumlah kunjungan tercatat sebanyak 3.800 tamu. Memasuki tahun 2021, kunjungan meningkat menjadi 4.200 tamu, dengan persentase kenaikan sebesar 10.5%. Kenaikan ini dipengaruhi oleh mulai pulihnya sektor pariwisata dan meningkatnya event di restoran tersebut, sehingga mendorong permintaan

menu Breakfast dan Lunch. Namun, pada 2022, terjadi sedikit penurunan jumlah kunjungan menjadi 3.900 tamu, dengan persentase penurunan sebesar 7.1%. Penurunan ini disinyalir karena berkurangnya jumlah event yang diadakan serta efek pasca-pandemi yang masih terasa. Meskipun begitu, menu halal yang disajikan tetap menjadi daya tarik utama bagi tamu yang berkunjung. Tahun 2023 mencatatkan kembali kenaikan kunjungan sebesar 10.2% dengan total 4.300 tamu. Hal ini menunjukkan bahwa restoran mulai bangkit kembali dengan semakin banyaknya acara yang digelar di tempat tersebut, baik untuk keperluan bisnis maupun keluarga. Penyajian menu halal yang konsisten, seperti Nasi Goreng, Mie Goreng, dan Ikan Gulai, menjadi daya tarik utama yang meningkatkan minat tamu. Pada tahun 2024, jumlah kunjungan kembali meningkat menjadi 4.500 tamu, meskipun persentase kenaikannya sedikit lebih rendah, yaitu 4.6%. Peningkatan ini dipengaruhi oleh perbaikan layanan dan variasi menu yang tetap konsisten menjaga kualitas serta rasa makanan halal yang disajikan.

Industri pariwisata saat ini sangat kompetitif, menuntut para pelaku bisnis perhotelan untuk terus berinovasi dalam memberikan pelayanan yang memuaskan kepada tamu. Salah satuaspek yang dapat membedakan suatu hotel dengan yang lainnya adalah kualitas makanan dan minuman yang disajikan. Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi, sebagai salah satu hotel bintangempat di Sumatera Barat, memilikipotensibesaruntukmengembangkan penyajian makanan halalnya.

Jadi berdasarkan latar belakang yang peneliti uraikan diatas, maka penulis ingin meneliti lebih lanjut dan menuangkan dalam skripsi yang berjudul**"Strategi Grand Royal Denai Bukittinggi Dalam Meningkatkan Kepuasan Tamu Melalui Penyajian Makanan Halal**."

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah di atas, maka dapat di kemukakan identifikasi masalah, sebagai berikut :

1. Strategi penyajian makanan halal yang diterapkan di Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi perlu dianalisis untuk mengetahui efektivitas dan konsistensi penerapannya sesuai syariat Islam.
2. Belum diketahui seberapa besar pengaruh strategi penyajian makanan halal tersebut terhadap tingkat kepuasan tamu di hotel tersebut.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penelitian ini berfokus pada strategi Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi dalam meningkatkan kepuasan tamu melalui penyajian makanan halal. Fokus utama berada pada bagaimana pihak hotel, khususnya departemen Food and Beverage, menyajikan makanan yang sesuai dengan prinsip halal berdasarkan syariat Islam, serta dampaknya terhadap minat dan kepuasan tamu.

D. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah di atas, maka dapat di kemukakan rumusan masalah, yaitu bagaimana Strategi Grand Royal Denai Bukittinggi dalam meningkatkan kepuasan tamu melalui penyajian makanan halal?

E. Tujuan Penelitian

Dari latar belakang masalah di atas, maka dapat di kemukakan tujuan penelitian, yaitu untuk menentukan Strategi Grand Royal Denai Bukittinggi dalam meningkatkan kepuasan tamu melalui penyajian makanan halal.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti

a. Memenuhi salah satu syarat tugas akhir dalam mencapai gelar Sarjana ekonomi (SE) dari Program Studi S1 Pariwista Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi).

b. Penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang pariwisata dan manajemen perhotelan.

2. Bagi akademisi

Hasil penelitian dapat menjadi bahan masukan untuk pengembangan kurikulum mata kuliah terkait di perguruan tinggi selain itu penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang tertarik pada topik yang sama.

3. Bagi Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi

Penelitian ini dapat menjadi acuan untuk meningkatkan kualitas layanan makanan dan minuman, khususnya dalam penyajian menu khas daerah yang halal. Dengan meningkatkan kepuasan tamu melalui penyajian yang sesuai syariat, hotel diharapkan mampu mempertahankan loyalitas tamu serta menarik lebih banyak kunjungan di masa mendatang.

G. Penjelasan Judul

Untuk mempertegas pokok pembahasan pada penelitian ini, maka penulis akan menjelaskan pengertian istilah-istilah pada judul **"Strategi Grand Royal Denai Bukittinggi Dalam Meningkatkan Kepuasan Tamu Melalui Penyajian Makanan Halal."**Adapun istilah istilah dari dalam jduul penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Strategi

Strategi adalah rencana jangka panjang yang digunakan untuk mencapai tujuan utama organisasi. Strategi berkaitan dengan apa yang ingin dicapai organisasi dalam konteks persaingan, sumber daya, dan peluang pasar.[9]

2. Hotel

Hotel merupakan salah satu dari banyak jenis akomodasi atau tempat singgah yang mempergunakan sebagian atau seluruh bagian untuk jasa pelayananan dibidang penginapan, lalu penyedia pelayanan

[9]A. Riswanto et al., *Strategi Manajemen* (Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024).

makanan dan minuman serta jasa lainnya bagi masyarakat umum yang merasa membutuhkan akomodasi singkat, adapun hotel merupakan salah satu jenis akomodasi yang sifatnya dikelola secara komersil. [10]

3. Kepuasan Tamu

Menurut Soedarmo, kepuasan tamu*(customer service)* adalah suatu kondisi puas, senang atau bangga yang dirasakan oleh konsumen ketika menerima suatu produk atau jasa yang ditawarkan diatas layanan sejenisnya.[11]

4. Makanan Halal

Makanan halal adalah makanan yang boleh dimakan menurut ketentuan syariat Islam, bagi seorang muslim, makanan yang dimakan harus memenuhi dua syarat, yaitu halal artinya dibolehkan berdasarkan ketentuan syariat Islam, tayyib artinya baik, mengandung nutrisi, bergizi, dan menyehatkan.[12]

Kesimpulan dari judul ini menunjukkan bahwa strategi Grand Royal Denai Bukittinggi dalam meningkatkan kepuasan tamu terletak pada penyajian makanan halal. Strategi sebagai rencana jangka panjang sangat penting bagi hotel dalam bersaing dan memanfaatkan peluang pasar dengan menyediakan layanan penginapan dan makanan yang memenuhi kebutuhan tamu sehingga mereka merasa puas. Kepuasan tamu tercapai

---

[10]K. S. Pratiwi, P. I. Rahmawati, and N. D. Andiani, "Strategi *Chef De Partie Hot Kitchen*dalamMeningkatkanKualitasMakanan di Discovery Kartika Plaza Hotel," 2019.

[11]Januardin et al., *KepuasanPelanggan* (Medan: UNPRI Press, 2021).

[12]Aliyul Wafa et al., *Fiqih* (Jombang: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat [LPPM], Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2023).

ketika produk dan jasa yang diberikan sesuai harapan, termasuk penyajian makanan halal yang sesuai syariat Islam dan sehat (tayyib). Oleh karena itu, penerapan strategi penyajian makanan halal yang baik di Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi menjadi kunci dalam meningkatkan kepuasan tamu sekaligus memperkuat daya saing hotel di industri perhotelan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

Landasan teori yang digunakan untuk mendasari penelitian dengan judul implementasi peran kitchen dalam menyajikan menu khas daerah untuk meningkatkan kepuasan tamu di hotel grand royal denai sebagai berikut :

1. Strategi

a. Pengertian

Strategiadalah proses dan rangkaian aktivitas pengambilan keputusan yang sifatnya mendasar dan menyeluruh, disertai dengan penetapan cara pelaksanaannya, yang dibuat oleh pimpinan organisasi dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran di dalam organisasi tersebut untuk mencapai tujuan. Strategis berfokus kepada proses penetapan tujuan sebuah organisasi, membuat dan mengembangkan kebijakan dan perencanaan untuk mencapai tujuan, serta mengalokasikan sumber daya untuk menerapkan kebijakan dan merencanakan pencapaian tujuan organisasi. Penerapan strategi yang baik dan tepat sasaran sangat dibutuhkan untuk kegiatan apapun, terutama dalam menjalankan bisnis. Strategi yang tepat dan disusun secara terorganisir akan membuat

sebuah organisasi lebih cepat dan mudah melaksanakan misi untuk mencapai visi.[13]

Menurut Thomas Wheelen, strategi adalah serangkaian keputusan manajerial dan berbagai kegiatan yang menentukankeberhasilanPerusahaan untukjangkapanjang. Kegiatantersebuttermasukperumusan/perencanaan strategi, pelaksanaan/ implementasi strategi, dan evaluasi.[14]

b. Tujuan Strategi

Tujuan utamastartegidalambisnis :

1. Memberikan Arah dalam Mencapai Tujuan. Seperti yang sudah disinggung dalam pengertian manajemen organisasi diatas bahwa manajer berperan untuk mengarahkan semua pihak dalam hal ini sumber daya perusahaan untuk melakukan kegiatan yang mengarah pada tujuan perusahaan.
2. Menjaga Kepentingan Berbagai Pihak. Manajer dalam menyusun strategi dengan mempertemukan kebutuhan masing-masing pihak seperti supplier, pekerja, pemegang saham, perbankan dan juga masyarakat secara luas.
3. Mengantisipasi Setiap Perubahan Secara Merata. Dengan adanya manajemen strategis memungkinkan para eksekutif untuk mengantisipasi perubahan serta menyiapkan pedoman

[13]Samsurijal Hasan, Syaifullah, dkk., *Manajemen Strategi* (Jawa Tengah: CV Pena Persada, 2021), hlm. 1.

[14] Hasan, *Manajemen Strategi*, hlm.2.

untuk pengendalian. Tujuannya untuk memperluas kerangka berpikir secara perspektif.

4. Berkaitan Dengan Efektivitas dan Efisiensi . Manajer strategi bertanggung jawab tidak hanya untuk mengkonsentrasikan kemampuan diatas kepentingan efisiensi melainkan juga memiliki perhatian yang serius terhadap sumber daya untuk bekerja keras dengan melakukan pekerjaan secara efektif. [15]

c. Jenis Strategi

Jenis-jenis strategi adalahsebagai berikut:

1. Strategi Integras :Integrasi ke depan, integrasi ke belakang, integrasi horizontal kadang semuanya disebut sebagai integrasi vertikal. Strategi integrasi vertikal memungkinkan perusahaan dapat mengendalikan para distributor, pemasok, dan pesaing
2. Strategi Intensif:Penetrasi pasar, dan pengembangan produk kadang disebut sebagai strategi intensif karena semuanya memerlukan usaha-usaha intensif jika posisi persaingan perusahaan dengan produk yang adahendakditingkatkan.
3. Strategi Diversifikasi :Terdapat tiga jenis strategi diversifikasi, yaitu diversifikasi konsentrik, horizontal, dan konglomerat. Menambah produk dan jasa baru, namun masih terkait biasanya disebut diversifikasi konsentrik. Menambah produk dan jasa baru yang tidak terkait untuk pelanggan yang sudah ada disebut

[15] Hasan, *Manajemen Strategi*, hlm. 3-4.

diversifikasi horizontal. Menambah produk dan jasa baru yang tidak disebut diversifikasi konglomerat.

4. Strategi Defensif :Disamping strategi integrative, intensif, dan diversifikasi, organisasi juga dapat menjalankan strategi rasionalisasi biaya, divestasi, dan likuidasi. Rasionalisasi Biaya, terjadi ketika suatu organisasi melakukan restrukturisasi melalui penghematan biaya dan aset untuk meningkatkan kembali penjualan dan laba yang sedang menurun. Kadang disebut sebagai strategi berbalik (turnaround) dan reorganisasi, rasionalisasi biaya dirancang untuk memperkuat kompetensi pembeda dasar organisasi. Selama proses rasionalisasi biaya, perencana strategi bekerja dengan sumber daya terbatas dan menghadapi tekanan dari para pemegang saham, pekerja dan media. Divestasi adalah menjual suatu divisi dan bagian dari organisasi. Divestasi sering digunakan untuk meningkatkan modal yang selanjutnya akan digunakan untuk akusisi dan investasi strategis lebih lanjut. Divestasi dapat menjadi bagian dari strategi rasionalisasi biaya menyeluruh untuk melepaskan organisasi dari bisnis yang tidak menguntungkan, yang memerlukan modal terlalu besar, dan tidak cocok dengan aktivitas lainnya dalam perusahaan.
5. Strategi Umum Michael Porter: Menurut Porter, ada tiga lsan strategi yang dapat membantu organisasi memperoleh

keunggulan kompetitif, yaitu keunggulan biaya, diferensiasi, dan fokus. Porter menamakan ketiganya strategi umum. Keunggulan biaya menekankan pada pembuatan produk str dengan biaya per unit sangat rendah untuk konsumen yang peka terhadap perubahan harga. Diferensiasi adalah strategi dengan tujuan membuat produk dan menyediakan jasa yang dianggap unik di seluruh industri dan ditujukan kepada konsumen yang relatif tidak terlalu peduli terhadap perubahan harga. Fokus berarti membuat produk dan menyediakan jasa yang memenuhi keperluan sejumlah kelompok kecil konsumen.[16]

d. Analisis SWOT

Analisis SWOT *(Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats)* adalah teknik yang dikembangkan di Stanford pada tahun 1970-an dan menjadi alat dalam penyusunan perencanaan strategis dalam suatu organisasi. SWOT merupakan metode perencanaan terstruktur yang mengevaluasi keempat elemen organisasi, proyek, atau usaha bisnis. Analisis SWOT merupakan kerangka kerja yang sederhana akan tetapi memiliki manfaat yang besar untuk mengidentifikasi kekuatan organisasi, memperbaiki kelemahan, meminimalkan ancaman, dan memanfaatkan peluang

[16] Hasan, *Manajemen Strategi,* hlm. 8-10.

organisasi.Analisis SWOT dapat digunakan untuk mempelajari dan mengidentifikasi kondisi organisasi, yaitu:[17]

1. Organisasi dapat melakukan analisis SWOT untuk setiap produk, layanan, dan pangsa pasarnya saat memutuskan cara terbaik untuk mencapai pertumbuhan di masa depan.
2. Pada saat organisasi mulai atau baru berjalan, maka sangat penting untuk mengetahui kekuatan yang dimiliki, mempelajari peluang, meminimalisasi kelemahan dan mengidentifikasi ancaman yang ada sehingga pelaku usaha dapat dengan bijak menjalankan usahanya dengan arah yang benar.

Analisis SWOT akan membantu pemilik organisasi atau pengambil keputusan untuk memahami posisi organisasi yang akan mendorong ide dan pengambilan keputusan tentang bagaimana membangun kekuatan, memanfaatkan peluang, meminimalkan kelemahan dan melindungi dari ancaman. Berikut adalah empat manfaat menggunakan analisis SWOT untuk organisasi:

1. Identifikasi kompetensi inti: Kompetensi inti *(core competencies)* adalah kombinasi dari sumber daya dan kapabilitas yang membedakan organisasi dari para pesaingnya.
2. Identifikasi kelemahan: Identifikasi ini akan mengenali kelemahan organisasi untuk meningkatkan kinerja organisasi. Kelemahan yang berhasil diidentifikasi memberikan

[17] Slamet Riyanto, Muh Nur Luthfi Azis, dkk., *Analisis SWOT sebagaiPenyusun Strategi Organisasi* (Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, 2021), hlm. [25].

kesempatan kepada pelaku organisasi untuk membalikkan keadaan menjadi lebih baik. [18]

3. Menjelajahi peluang: Peluang merupakan faktor eksternal yang harus dikenali oleh organisasi, sehingga perlu dilakukan analisis dan telelusuri potensi peluang yang ada dan berdampak pada organisasi.

4. Mengenali potensi ancaman: Ancaman merupakan faktor eksternal yang membawa dampak negatif bagi organisasi. Mengenali dan menganalisis kemungkinan ancaman yang dihadapi organisasi akan memudahkan manjemen organisasi melakukan perubahan yang diperlukan pada kebijakan organisasi dan tindakan yang diperlukan.[19]

Proses analisis SWOT dapat dilakukan dengan langkah langkah berikut:

Langkah 1 : Buat daftar semua kekuatan yang ada sekarang dan buat daftar semua kelemahan yang ada sekarang.

Langkah 2: Buat daftar semua peluang yang ada di masa depan dan buat daftar semua ancaman yang ada di masa depan.

Langkah 3:Buat rencana tindakan dengan meninjau matriks SWOTdan membuat rencana tindakan untuk menangani masing masing dari empat area dalam matrik SWOT.

---

[18] Riyanto, Analisis*SWOT sebagaiPenyusun Strategi Organisasi*, hlm. [26].
[19] Riyanto, Analisis SWOT sebagaiPenyusun Strategi Organisasi, hlm. [27].

Langkah 4 : Untuk mengetahui posisi organisasi dan strategi yang tepat saat ini untuk organisasi, maka perlu dilakukan perhitungan nilai EFAS dan IFAS untuk analisis SWOT

Untuk item dalam analisis SWOT akan tergantungpada konteks atau sifat masalah yang ingin dianalisis, berikut adalah panduan secara umum item dari masing-masing- masing empat komponen:

1. Kekuatan

   Item kekuatan yang dapat diidentifikasi diantaranya:

   a. Identifikasi kompetensi inti (ketrampilan dan kemampuan) yang dimiliki organisasi.

   b. Kelebihan yang dimiliki organisasi dibandingkan pesaingnya

   c. Kekuatan lain yang dimiliki organisasi

   d. Kondisi sumber daya apa yang miliki organisasi

   e. Reputasi organisasi selama ini

2. Kelemahan

   Item kelemahan yang dapat diidentifikasi diantaranya:

   a. Kondisi pesaing dibandingkan dengan organisasi

   b. Sesuatu yang menjadikan kondisi internal terlihat kurang baik

c. Sesuatu yang sering menghasilkan ketidakpuasan dan keluhan pelanggan

d. Sesuatu yang yang menyebabkan ketidakpuasan dan keluhan pegawai

e. Proses dan aktivitas organisasi yang sering bermasalah

3. Peluang

Item peluang yang dapat diidentifikasi diantaranya:

a. Faktor eksternal yang memberikan keuntungan terhadap organisasi

b. Pangsa pasar yang dimiliki organisasi

c. Pemanfaatan teknologi dalam organisasi

d. Inovasi baru yang dijalankan organisasi

e. Cara baru dalam menunjang aktivitas atau produksi produk dari organisasi

f. Konsumen pesaing yang tidak puas

4. Ancaman

a. Keinginan pelanggan yang selalu berubah

b. Pelanggan yang beralih dari produk/jasa pesaing

c. Inovasi yang yang dikembangkan pesaing

d. Persaingan harga dan kualitas dari pesaing

e. Teknologi baru yang digunakan pesaing

f. Jumlah penjualan yang menurun

g. Pesaing baru yang akan datang[20]

2. Kepuasan Tamu

a. Pengertian

Kepuasan menurut kamus bahasa Indonesia berasal dan kata puas atau merasa senang (hal yang bersifat puas, kesenangan, kelegaan dan sebagainya) kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa. Tingkat Kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka tamu akan sangat kecewa, bila kinerja sesuai harapan maka tamu akan sangat puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan, maka tamu akan sangat puas, harapan tamu dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi dari berbagai media.Konsumen yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan tersebut.[21]Beberapa penulis memberikan definisi mengenai kepuasan tamu, Spreng, et al, menyatakan bahwa perasaan puas tamu timbul ketika tamu membandingkan persepsi mereka mengenai kinerja produk atau jasa dengan harapan mereka. Tse dan Wilson, menyatakan kepuasan dan ketidakpuasan adalah respon tamu

[20] Riyanto, *Analisis SWOT sebagaiPenyusun Strategi Organisasi*, hlm. [27-29].

[21] K. Rifa'i, *KepuasanKonsumen* (Jember, Jawa Timur: UIN Khas Press, 2023), hlm 49

terhadap ketidaksesuaian *(disconfirmation)* yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Lebih jauh lagi Tse dan Wilson, menguraikan dua variabel utama yang menentukan kepuasan tamu, yaitu *expectations* dan *perceived performance*. Apabila perceived performance melebihi *expectations* maka tamu akan puas, tetapi apabila sebaliknya maka tamu merasa tidak puas.[22]

b. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan

Kepuasan konsumen ditentukan oleh persepsi konsumen atas hasil kerja produk atau jasa dalam memudahkan harapan pelanggan.Konsumen merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan konsumen terlampaui. Berdasarkan studi literature dan pengalaman menjadi konsultan beberbagai perusahaan di Indonesia, menurut Alexandra & Siregar berpendapat ada 5 (lima) driver utama kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

a. Kualitas produk.Ada 6 (enam) elemen dari kualitas produk yaitu, kinerja, daya tahan, fitur, reabilita, estetika, dan penampilan produk. Kualitas dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang menentukan kepuasan konsumen dan upaya perusahaan untuk melakukan perubahan kearah perbaikan terus

[22] Rifa'i, *KepuasanKonsumen*, hlm. [53].

menerus. Konsumen puas setelah membeli atau menggunakan produk atau jasa dan ternyata kualitas produknya baik.

b. Harga. Harga merupakan suatu nilai yang ditukarkan oleh konsumen dengan manfaat dari memiliki ataupun menggunakan produk atau jasa. Harga merupakan salah satu faktor penentu konsumen dalam mengambil suatu keputusan membeli. Konsumen akan rela membayar sejumlah uang untuk produk atau jasa yang memiliki kualitas yang baik dan konsumen akan merasa puas apabila produk atau jasa yang dibelinya sesuai dengan sejumlah uang yang dikeluarkannya.

c. Kualitas Pelayanan *(Service Quality)*. Kualitas pelayanan mempunyai konsep yang sering dikenal dengan SerQual yang memiliki 5 (lima) dimensi yaitu bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati. Untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik dan sesuai dengan apa yang diharapankan oleh konsumen, diperlukan pembentukan sikap dan prilaku dari karyawan itu sendiri karena faktor manusia memegang konstribusi 70% oleh karena itu tidak mengherankan kualitas pelayanan sulit ditiru.

d. Faktor emosional *(Emotional factor)*. Faktor emosional mempunyai peranan dalam kepuasan konsumen. Konsumen akan merasa puas menggunakan produk yang dibelinya terlihat

dari rasa bangga, percaya diri, simbol sukses ketika mereka menggunakan produk dengan merek ternama.

e. Kemudahan. Pada dasarnya kepuasan konsumen akan tercipta apabila adanya kemudahan, kenyamana, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan jasa yang akan diterimanya.[23]

c. Indikator Kepuasan

Menurut teori equity, seseorang akan merasa puas bila rasio hasil (outcome yang diperolehnya dibandingkan dengan input yang digunakan, dirasakan fair atau adil.Dengan kata lain, kepuasan terjadi apabila konsumen merasakan bahwa rasio hasil terhadap inputnya (outcome dibandingkan dengan input) proporsional terhadap rasio yang sama yang diperoleh orang lain, sedangkan attribution theory berasal dari teori Weiner, yang dikembangkan oleh Oliver dan Desarbo, dan Engel, et al. Teori ini menyatakan bahwa ada tiga indikator yang menentukan keberhasilan atau kegagalan outcome, sehingga dapat ditentukan apakah suatu pembelian memuaskan atau tidak memuaskan. Ketiga indikator tersebut adalah:

1. Stabilitas atau variabilitas. Apakah faktor penyebabnya sementara atau permanen.

[23] T. Chandra, dkk., *Service Quality, Consumer Satisfaction, dan Customer Loyalty*: TinjauanTeoritis (Malang: CV IRDH, 2020)

2. *Locus of causality*. Apakah penyebabnya berhubungan dengan konsumen atau pemasar. Internal attribution seringkali dikaitkan dengan kemampuan dan usaha yang dilakukan oleh pemasar, sedangkan external attribution dihubungkan dengan berbagai teori, seperti tingkat kesulitan suatu tugas dan faktor keberuntungan.
3. Controllability. Apakah penyebab tersebut berada dalam kendali ataukah dihambat oleh faktor luar yang tidak dapat dipengaruhi.[24]

d. Aspek-Aspek yang Mempengaruhi Konsumen

Menurut Kotler, mengemukakan pendapat tentang aspek-aspek kepuasan konsumen, meliputi:

1. *Expectation* (Harapan)

   Sesuatu yang mempengaruhi kepuasan konsumen dimulai dari tahap sebelum membeli produk, yaitu: ketika konsumen mengembangkan harapan tentang apa yang akan diterima dari produk setelah membeli.

2. *Performance* (Kinerja)

   Selama melakukan kegiatan konsumsi, konsumen merasakan kinerja dan manfaat dari produk secara aktual dilihat dari dimensi kepentingan konsumen.

[24]Rifa'i, *KepuasanKonsumen*, hlm. [54].

3. *Comparison* (Kesesuaian)

Setelah mengkonsumsi produk, terjadi adanya harapan sebelum pembelian dan persepsi kinerja dibandingkan oleh konsumen.

a. *Confirmation/disconfirmation* (Penegasan)

Penegasan dari keinginan konsumen, apakah keinginan sebelum membelidengan persepsi pembelian sama atau tidak.

b. *Discrepancy* (Ketidaksesuaian)

Jika tingkat kinerja tidak sama, pengakuan ketidaksamaan menentukan perbedaan satu sama lain. Diskonfirmasi yang negatif menentukan kinerja yang aktual ada dibawah tingkat harapan maka semakin besar ketidakpuasan konsumen.[25]

3. Pariwisata dan Perhotelan

1. Pariwisata

a. Pengertian

Pariwisata merupakan industri terbesar di dunia yang diakui sebagai alat dominan untuk pertumbuhan ekonomi. Dalam Undang-undang Rl nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan. Pariwisata secara harfiah disebut sebagai aktivitas mengunjungi tempattempat untuk bersenang-senang.

[25] Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, 15th ed. (New Jersey: Pearson Education, 2016)

Konsep dasar pariwisata didasarkan pada pergerakan orang-orang di luar tempat tinggalnya sendiri yaitu daerah rumah. Oleh karena itu, pariwisata dapat dianggap sebagai pergerakan manusia di dalam kota, negara bagian, negara atau lintas batas internasional. Pariwisata telah berkembang menjadi aktivitas yang benar-benar mendunia yang tidak mengenal batas politik, ideologis, geografis, atau budaya.[26]Berikutbeberapadefinisipariwisatadari berbagai pandangan, yaitu:

1. UNWTO: Pariwisataadalahfenomena sosial, budaya danekonomi yang memerlukan perpindahan orang ke negara atau tempat di luar lingkungan biasanya untuk tujuan pribadi atau bisnis atau profesional. Orang-orang ini disebut pengunjung (yang dapat berupa turis atau ekskursi; penduduk atau non-penduduk) dan pariwisata berkaitan dengan aktivitas mereka, beberapa di antaranya melibatkan pengeluaran pariwisata.
2. Hall and Williams, menyatakan bahwa pariwisata adalah gabungan dari aktivitas, layanan, dan industri yang memberikan pengalaman perjalanan. Transportasi, akomodasi, tempat makan dan minum, toko, hiburan, fasilitas aktivitas, dan layanan perhotelan lainnya yang tersedia untuk

[26] Muhammad Ashoer et al., *Ekonomi Pariwisata*(Yogyakarta: Yayasan Kita Menulis, 2021), hlm. 4.

individu atau kelompok yang bepergian jauh dari rumah. Ini mencakup semua penyedia layanan pengunjung dan terkait pengunjung.

3. Buhalis et al, pariwisata adalah seluruh dunia industri perjalanan, hotel, transportasi, dan semua komponen lainnya, termasuk promosi, yang melayani kebutuhan dan keinginan para pelancong.
4. Walker,pariwisata adalah jumlah total pengeluaran wisatawan dalam perbatasan suatu negara atau subdivisi politik atau kawasan ekonomi yang berpusat pada transportasi dari negara bagian atau bangsa yang berdekatan. Konsep ekonomi ini juga mempertimbangkan pengganda pendapatan ini pengeluaran wisatawan.

Dengandemikian, pariwisatadapatdidefinisikan sebagai jumlah fenomena dan hubungan yang timbul dari interaksi wisatawan, pemasok bisnis, pemerintah tuan rumah, dan masyarakat tuan rumah dalam proses menarik dan menampung para wisatawan ini dan pengunjung lainnya. Setiap upaya untuk mendefinisikan pariwisata dan untuk mendeskripsikan ruang lingkupnya sepenuhnya harus mempertimbangkan berbagai kelompok yang berpartisipasidan dipengaruhi oleh industri ini.

Perspektif mereka sangat penting untuk pengembangan definisi yang komprehensif.[27]

b. Karakteristik Pariwisata

Produkwisataadalah total jasa dan produk yang dikonsumsi oleh wisatawan. Transportasi internasional merupakan bagian integral dari produk wisata. Pariwisata pada level manajemen merupakan komposisi kegiatan ekonomi yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan para pemudik. Karena keberadaan berbagai produk, jasa yang terlibat dalam pariwisata, seseorang tidak dapat menentukan dan mendefinisikan industri pariwisata yang berbeda. Melainkan ada industri, sektor dan jasa yang melayani kebutuhan para pelancong. Ada beberapa karakteristik pariwisata yang membedakannya dari kegiatan ekonomi lainnya, di antaranya yaitu:

1. Pariwisata adalah kegiatan ekspor yang tidak terlihat.
2. Produkdanlayanansalingmelengkapi.
3. Tidak adaindustrikhusus yang hanya memproduksi untuk pariwisata.
4. Produkpariwisatamudahrusak
5. Arah transaksiadalahterbalik
6. Perantaradalamkonsumsi
7. Produkwisataterfragmentasi

[27]Ashoer et al., *Ekonomi Pariwisata*, hlm.4-5

8. Bepergiandalamsebuahpengalaman
9. Usaha di industripariwisata.[28]

c. Komponen Pariwisata

Empatkomponendasarpariwisatayaitu transportasi, atraksi, akomodasi dan jasa penunjang merupakan komponen yang sangat penting. Unsur-unsur inilah yang menjadi daya tarikutamapariwisata, yaitu:

1. Cuaca yang menyenangkan atau menggembirakan *(pleasing weather)* Untuk liburan, cuaca yang baik merupakan bahan yang sangat penting karena berperan penting dalam liburan yang menyenangkan atau pengalaman yang tidak menyenangkan.
2. Daya tarik pemandangan *(scenic attractions)* Daya tarik pemandangan wisata seperti cuaca bagus merupakan faktor yang sangat penting dalam pariwisata. Pemandangan atau bentang alam yang terdiri dari pegunungan, danau, air terjun, gletser, hutan, gurun, dll merupakan kekuatan yang kuat untuk menarik orang untuk mengunjunginya.
3. Faktor sejarah dan budaya *(historical and cultural factors)* Karakter kepentingan sejarah dan budaya memberikan daya tarik yang kuat bagi banyak orang. Banyak negara yang sedang mengembangkan industri pariwisata menggunakan

[28]Ashoer et al., *Ekonomi Pariwisata*, hlm.7-8

peninggalan sejarah masa lalu mereka sebagai tempat wisata utama mereka.

4. Aksesbilitas*(accessibility)*Aksesibilitasmerupakan faktor yang sangat penting karena merupakan sarana yang digunakan wisatawan untuk mencapai daerah tempat atraksi berada.
5. Fasilitas *(amenities)* Fasilitas merupakan bantuan yang diperlukan untuk pusat wisata. Untuk resor tepi laut, fasilitas seperti berenang, berperahu, berperahu pesiar, berselancar, dan fasilitas lain seperti menari, rekreasi dan hiburan penting untuk setiap pusat wisata.[29]

d. Bentuk Pariwisata

Pariwisataadalahpergerakanmanusia dalam jumlah besar, di dalam dan melintasi batas negara. Ini mengarah pada kebutuhan untuk mengidentifikasi berbagai bentuk pariwisata; untuk tujuan dari analisis statistik dan pemahaman arus pariwisata; terutama untuk tujuan menghitung dampak ekonomi dari setiap aktivitas pariwisata yang dilakukan oleh wisatawan. Dalam International Recommendations for Tourism Statistics 2008 (IRTS 2008) yang dirancang oleh UNWTO, tiga bentuk dasar pariwisata direvisi dari sebelumnya dan diperbarui sebagai:

[29]Ashoer et al., *Ekonomi Pariwisata*, hlm.8-9

a. Pariwisata Domestik Merupakan aktivitas pengunjung residen di negara referensi. Bepergian dalam satu negara lebih mudah karena tidak memerlukan dokumen perjalanan resmi dan formalitas yang membosankan seperti pemeriksaan kesehatan wajib dan valuta asing. Dalam pariwisatadomestik, traveler umumnya tidak menghadapi banyak masalah bahasa atau masalah pertukaran mata uang.
b. Pariwisata *Inbound* Merupakan aktivitas pengunjung *non-residen* di negara referensi. Ketika orang bepergian ke luar negara tuan rumah atau negara asalnya ke negara lain, maka itu disebut pariwisata inbound untuk negara tempat dia bepergian.
c. Pariwisata *Outbound* Merupakan aktivitas pengunjung residen di luar negara referensi. Ketika wisatawan melakukan perjalanan ke luar negeri daripada wisata *outbound* untuk negaranya sendiri karena dia pergi ke luar negaranya.[30]

e. Dampak Pariwisata

Pariwisata dan yang terkait erat satu sama lain termasuk di antara perusahaan penghasil pendapatan utama di dunia. Mereka juga berada di antara perusahaan teratas. Ada tren kelas atas dalam pariwisata selama beberapa dekade terakhir karena perjalanan menjadi hal yang umum. Orang bepergian untuk

[30]Ashoer et al., *Ekonomi Pariwisata*, hlm.9-10

bisnis, liburan, kesenangan, petualangan, atau bahkan perawatan medis. Dengan beberapa aktivitas terkait bisnis yang terkait dengan pariwisata, industri ini memiliki potensi luar biasa untuk menghasilkan lapangan kerja serta menghasilkan devisa. Ada banyak negara di dunia, seperti Indonesia, Malaysia, Singapura, Thailand, Yunani, Perancis, Maladewa, dan Karibia, yang ekonominya digerakkan oleh pariwisata. Pariwisata dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi suatu negara melaluicara-cara:

a. Generasi Pekerjaan Ini menciptakan banyak pekerjaan di antara penyedia layanan langsung (seperti hotel, restoran, agen perjalanan, operator tur, pemandu dan pendamping tur, dll.) Dan di antara penyedia layanan tidak langsung (seperti pemasok ke hotel dan restoran, akomodasi tambahan, dll.)
b. Pembangunan infrastruktur Pariwisata memacu pembangunan infrastruktur. Untuk menjadi tujuan komersial atau kesenangan yang penting, lokasi mana pun akan membutuhkan semua infrastruktur yang diperlukan, seperti konektivitas yang baik melalui kereta api, jalan raya, dan transportasi udara, akomodasi yang memadai, restoran, jaringan telekomunikasi yang berkembang dengan baik, dan, fasilitas medis, di antaranya orang lain

c. Pertukaran asing Orang-orang yang bepergian ke negara lain menghabiskan banyak uang untuk akomodasi, transportasi, tamasya, belanja, dll. Dengan demikian, turis yang masuk merupakan sumber devisa yang penting bagi negara manapun.[31]

2. Perhotelan

a. **Pengertian**

Industri perhotelan adalah bagian penting dari jaringan industri pariwisata. Industri perhotelan merupakan kelompok luas yang mencakup berbagai bisnis, seperti agen perjalanan, restoran, transportasi, dan sebagainya. Kekhasan yang umum terlihat di seluruh kegiatan usaha, termasuk industri perhotelan, adalah kebutuhan akan unsur jasa yang tidak dapat terpisah dari produk yang dijual. Bisnis perhotelan merupakan cara wirausahawan menyiapkan tempat penginapan sementara yang disertai dengan layanan pengadaan hidangan (makanan dan minuman), kegiatan rekreasi, dan sarana pendukung lainnya. Pihak hotel harus memberikan layanan prima kepada para tamunya, supaya seluruh tamu yang datang merasa puas dan ingin menginap kembali di lain waktu.[32]

Berdasarkan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor PM.53/HM.001/MPEK/2013

[31]Ashoer et al., *Ekonomi Pariwisata*, hlm.11-12

[32]ElvianiTyaswening dan Rina Kuntari, *Dasar-Dasar Perhotelan* (Jakarta Selatan: Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, 2023), hlm. 3.

Tentang Standar Usaha Hotel. Usaha hotel adalah usaha penyediaan akomodasi berupa kamar kamar di dalam suatu bangunan, yang dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan makan dan minum, kegiatan hiburan dan/atau fasilitas lainnya secara harian dengan tujuan memperoleh keuntungan.[33]

b. Karakteristik Perhotelan

1. Produk Industri Perhotelan

   Menurut Febri Surya. Industri hotel memiliki karakteristik yang berbeda dengan bidang usaha atau industri lainnya. Perbedaan antara hotel dengan bidang usaha atau industri lainnya adalah sebagai berikut:

   a. Tujuan industri perhotelan adalah mencari keuntungan dengan menyewakan dan atau menjual fasilitas serta pelayanan yang ada.
   b. Dipengaruhi oleh keadaan dan perubahan yang terjadi pada sektor ekonomi, politik, sosial, budaya, dan keamanan dimana hotel tersebut berada.
   c. Mewujudkan dan mempromosikan barang serta jasa beserta lokasi produksi barang dan jasa tersebut diciptakan.
   d. Layanan kepada tamu yang datang dilakukan tanpa batas waktu dan tidak mengenal istirahat atau libur.

[33]Tyaswening dan Kuntari, *Dasar-Dasar Perhotelan*, hlm. 4.

e. Tamu yang datang mendapat perlakuan terbaik karena merupakan partner usaha sebab tanpa adanya tamu yang datang dan menikmati sarana yang ada di dalamnya, hotel tidak akan berkembang dengan baik.

2. Karakteristik Utama

Dilihat dari produk yang ditawarkan, produk hotel memiliki empat karakteristik utama, yaitu:

a. Produk Nyata *(Tangible Goods)*: Adalah produk yang memiliki kedekatan dengan panca indera, bisa diraba, dilihat, dirasakan, dan digunakan.

b. Produk Tidak Nyata *(Intangible Goods)* : Adalah produk yang tidak nyata, tidak berwujud, dan tidak memiliki bentuk fisik.

c. Produk Segar Tidak Tahan Lama *(Perishable Goods)* : Produk bersifat perishable adalah barang yang dihasilkan hanya dapat digunakan dalam waktu terbatas dan tidak bisa disimpan sehingga harus terjual pada saat yang sama dengan hari produksi.

d. Produk Tahan Lama *(Non Perishable Goods)*: Produk tahan lama *(Non perishable goods)* adalah produk yang bersifat *non perishable* atau tidak mudah*).*[34]

3. Fasilitas dan Layanan Hotel

a. Fasilitas Hotel

[34]Tyaswening dan Kuntari, *Dasar-Dasar Perhotelan*, hlm. 8-9.

Fasilitas utama yang diperlukan tamu ketika datang menginap di hotel adalah tempat tidur, makanan, dan minuman. Untuk memenuhi pelayanan, kenyamanan, keamanan, dan kepuasan tamu selain menyediakan keperluan pokok tamu hotel juga melengkapi dengan berbagai fasilitas penunjang.Setiap hotel memiliki fasilitas yang tidak sama sesuai dengan jenis hotel. Ada hotel yang memiliki semua fasilitas seperti tercantum di bawah ini, ada yang mempunyai sebagian.

1. Kamar Tidur/Room Hotel

   Tujuan utama hotel adalah memberikan fasilitas menginap bagi yang membutuhkan. Dengan mempertimbangkan aspek kenyamanan tamu yang menginap maka hotel memberikan berbagai fasilitas tambahan di dalam kamar tamu dan senantiasa dijaga kebersihannya. Kamar tidur biasanya terdiri dari 2 ruangan yaitu bedroom dan bathroom. Fasilitas dalam bedroom terdapat tempat tidur (bed), lemari pakaian *(wardrobe)*, meja rias (dressing table), rak penyimpan koper (luggage rack), air conditioning, colour TV with in house movie and international channel, safe deposit box, tea & coffee making facility, minibar, international direct dialing telephone, Sedangkan fasilitas dalam bathroom terdapat bathtub and shower

atau shower, hot and cold water, dan hair dryer. Namun kelengkapan fasilitas dalam kamar tersebut akan berbeda-beda.Banyak ragam kamar yang ditawarkan hotel kepada tamu mulai dari kamar dengan fasilitas sederhana hingga mewah, dari ukuran kecil hingga besar bahkan pemandangan yang dapat dilihat dari kamar pun menjadi perhatian hotel.

2. Lobi/Lobby

   Lobby adalah trendmark dari suatu hotel. Kesan pertama tamu saat memasuki bangunan hotel terdapat pada area lobby. Pada umumnya lobby selain berisi reception counter juga dilengkapi dengan perabot mewah berupa beberapa set sofa dan meja untuk tamu duduk santai dan penghias ruangan misalnya guci, vas bunga, lampu hias, dan lain sebagainya. Hotel tidak bisa dipisahkan dari lobby.

3. Lounge

   Lounge merupakan sarana yang disediakan bagi tamu untuk duduk- duduk sambil menikmati musik dan berlokasi di dekat sarana penjualan. Misalkan shop, bar, dan drugstore.

4. *Function Room*

Function room adalah sejenis ruangan multi fiungsi atau serbaguna yang ada dalam sebuah hotel. Ruangan ini berfungsi sebagai tempat untuk menyelenggarakan berbagai macam acara penting. Misalnya mengadakan rapat *(meeting)*, bonus perjalanan *(incentive),* pertemuan *(convention),* pameran *(exhibition),* perjamuan *(function)* pada kurun waktu dan dengan tujuan tertentu.

5. Restaurant

   Dalam suatu hotel besar, biasanya memiliki lebih dari satu restoran. Pada umumnya restoran dalam satu hotel dapat dibedakan atas beberapa hal berikut.

6. Main Dining Room

   Main Dining Room adalah area untuk makan yang dimiliki hotel dalam ukuran besar disertai layanan yang bersifat resmi disertai beberapa teknik penyajian seperti French Service maupun Russian Service yang di sebut main dining room.

7. Coffee Shop

   Coffee shop adalah restoran dengan pelayanan cepat dan sederhana, tidak terlalu formal. Biasanya di coffee shop disediakan menu table d'hote, jarang yang menggunakan menu a'la carte. Makanan sudah

disiapkan di piring *(American Service)*. Standar penataan meja tidak banyak variasi.

8. Bar

   Menurut Marsum Widjojo Atmodjo mengemukakan bahwa Bar merupakan suatu tempat di dalam hotel yang dilengkapi berbagai fasilitas penunjang dan difungsikan memberikan layanan berbagai jenis minuman mulai non alkohol hingga beralkohol, namun tidak menyediakan minuman panas seperti kopi dan teh.

9. Swimming Pool

   Swimming pool atau kolam renang merupakan sarana wajib bagi hotel berbintang. Kolam renang dapat menjadi salah satu daya tarik bagi tamu yang akan menginap.

b. Layanan Utama Hotel

Pelayanan hotel adalah serangkaian aktifitas yang dilakukan oleh petugas hotel kepada pelanggan hotel baik yang menginap maupun tidak, agar kebutuhan pelanggan hotel dapat terpenuhi sesuai keinginan mereka. Di samping memenuhi kebutuhan tersebut sekaligus menciptakan kepuasan melalui jasa pelayanan yang diberikan pihak hotel. Hotel merupakan bisnis bidang jasa oleh karena itu kualitas

layanan kepada tamu sangat diutamakan Pada dasarnya layanan pokok hotel ada dua yaitu:

1. Pelayanan atau Penyediaan Kamar : Hotel memiliki pelayanan utama untuk memenuhi kebutuhan tempat tinggal sementara yang ditujukan kepada tamu atau orang asing yang jauh dari tempat tinggal asalnya. Layanan ini berupa penyediaan akomodasi/kamar tidur dengan fasilitas pelengkap lainnya.
2. Pelayanan atau Penyediaan Makan dan Minum : Selain penyediaan kamar, hotel juga menyediakan layanan makan dan minum. Pelayanan atau penyediaan makan dan minum ditujukan bagi tamu baik tamu yang menginap di hotel maupun tamu yang tidak menginap di hotel. Layanan makan dan minum berupa penyediaan macam-macam restaurant dalam hotel. Besar kecil dan jumlah restaurant tergantung dari besar kecilnya hotel atau jumah kamar.

c. Layanan lain yang menunjang operasional hotel antara lain jasa laundry, penyediaan fitness center, swimming pool, baby sitting, airport transfer service, business center, layanan penitipan barang tamu, *express check-in, express check-out, valet parking, layanan wake up call,* layanan peminjaman *baby cot* dan lain sebagainya. Layanan tersebut ada yang

dikenakan tagihan ada yang merupakan layanan cuma-cuma bagi tamu. Masing-masing hotel memiliki kebijakan yang berbeda.[35]

3. Makanan Halal

a. Pengertian

Makanandalambahasa Arab disebut tha'âm atau ath'imah, yaitu gandum dan setiap apa yang dimakan secara mutlak. Maksud dari kata secara mutlak adalah makanan yang masih belum berubah zatnya. Begitu juga makanan yang dijadikan sebagai makanan pokok, seperti kurma, gandum, dan temasuk beras serta buah-buahan. Termasuk setiap yang tumbuh di bumi yang berupa tanaman-tanamam dan buah-buahan, yang dapat dimakan (dibolehkan) baik di darat maupun laut. Makanan adalah biji-bijian dan apa saja yang dapatdimakan.Sekelompokahlibahasamengatakan bahwa makanan adalah segala sesuatu yang dapat dimakan termasuk air. Allah Swt., berfirman dalam QS al-Baqarah ayat 249.

فَلَمَّا فَصَلَ طَالُوْتُ بِالْجُنُوْدِ قَالَ اِنَّ اللّٰهَ مُبْتَلِيْكُمْ بِنَهَرٍۚ فَمَنْ شَرِبَ مِنْهُ فَلَيْسَ مِنِّيْۚ وَمَنْ لَّمْ يَطْعَمْهُ فَاِنَّهٗ مِنِّيْٓ اِلَّا مَنِ اغْتَرَفَ غُرْفَةً ۢ بِيَدِهٖۚ فَشَرِبُوْا مِنْهُ اِلَّا قَلِيْلًا مِّنْهُمْۗ فَلَمَّا جَاوَزَهٗ هُوَ وَالَّذِيْنَ اٰمَنُوْا مَعَهٗۙ قَالُوْا لَا طَاقَةَ لَنَا الْيَوْمَ بِجَالُوْتَ وَجُنُوْدِهٖۗ قَالَ الَّذِيْنَ يَظُنُّوْنَ اَنَّهُمْ مُّلٰقُوا اللّٰهِۙ كَمْ مِّنْ فِئَةٍ قَلِيْلَةٍ غَلَبَتْ فِئَةً كَثِيْرَةًۢ بِاِذْنِ اللّٰهِۗ وَاللّٰهُ مَعَ الصّٰبِرِيْنَ ﴿٢٤٩﴾

"Maka, ketikaTalutkeluar membawa bala tentara(-nya), dia berkata, 'sesungguhnya Allah akan mengujimu dengan sebuah sungai. Maka, siapa yang meminum (airnya), sesungguhnya dia

[35]Tyaswening dan Kuntari, *Dasar-Dasar Perhotelan*, hlm. 19-25.

tidak termasuk (golongan) ku. Siapa yang tidak meminumnya, sesungguhnya dia termasuk (golongan)-ku kecuali menciduk seciduk dengan tangan'. Namun, mereka meminumnya kecuali sebagian kecil di antara mereka. Ketika dia (Talut) dan orang-orang yang beriman bersamanya menyeberangi sungai itu, mereka berkata, 'kami tidak kuat lagi pada hari ini melawan Jalut dan bala tentaranya'. Mereka yang meyakini bahwa mereka akan menemui Allah berkata, 'betapa banyak kelompok kecil mengalahkan kelompok besar dengan izin Allah'. Allah bersama orang-orang yang sabar".[36]

Ayat tersebutmengisyaratkanbahwa Allah Swt. menyediakan apa yang ada di bumi untuk manusia. Oleh karena itu, pada dasarnya makanan dan minuman itu halal bagi manusia dan membawa kemaslahatan baik kepada rohani kita maupun kepada jasmani. Oleh karena itu, makanan yang membawa kemudaratan baik jasmani maupun rohani diharamkan dalam agama. Dengan demikian, segala makanan yang membawa manfaat dan kemaslahatan bagi manusia dihalalkan, serta yang membawa kemudaratan diharamkan.[37]Makanan memegang peran penting dalam setiap perjalanan wisata. Saat berwisata, mencicipi berbagai jenis makanan adalah salah satu cara untuk mendalami dan merasakan budaya serta tradisi dari tempat tujuan. Namun, bagi wisatawan Muslim, ada pertimbangan lain yang sangat krusial, yaitu ketersediaan makanan halal.

[36]QS. Al – Baqarah ayat 249.

[37]A. Hermanto dan R. Yuhani'ah, *FiqihMakananMinumanKontemporer*(Malang: CV Literasi Nusantara Abadi, 2024)

Makanan halal adalahmakanan yang memenuhi ketentuan dan syarat yang ditetapkan oleh syariah Islam. Dalam konteks makanan, halal merujuk pada apa yang diperbolehkan dikonsumsi oleh umat Muslim berdasarkan ajaran Al-Qur'an dan Hadits. Jadi makanan dan minuman yang kita konsumsi tidak asal mengenyangkan saja, tetapiharus halalan tayyiban.

b. Indikator Makanan Halal

Adapun halalnyamakanan dan minuman meliputi tiga kriteria berikut ini :

1. Bahan yang halal *(Halal Positive List of Materials)* dan penyimpananproduk

   Pemilihanbahanbakumakanan halal adalah langkah awal yang krusial. Bahan baku harus berasal dari sumber yang halal dan thayib (baik dan bersih). Kebersihan dan kehalalan bahan baku adalah aspek utama yang memastikan bahwa produk makanan yang dihasilkan sesuai dengan prinsip syariah. Adapun bahan yang digunakan terdiri dari bahan-bahan yang tidak kritis *(non-critical materials)* dari aspek kehalalan yang umumnya digunakan pada industry pengolahan. Daftar bahan berikut ini dibuat berdasarkan kajian LPPOM MUI dengan banyak mempertimbangkan sumber bahan yang digunakan pada skala produksi komersial. Berikut daftar bahan tidak kritis *(Halal Positive List of Materials)*:

a. Bahan Tambang

b. Bahan Kimia

c. Bahan Nabati

d. Bahan Hewani

e. Bahan Mikrobial

Selain bahan, aspekpenyimpanan juga menjadi indikator indikator yang harus diperhatikan. Bahan produk halal yang disimpan pada tempat rak penyimpanan tidak bisa tercampur dengan bahan atau produk yang haram, harus dipisahkan, apalagi penyimpanan pada ruangan dingin, jika penyimpanannya tercampur dalam satu ruangan dingin, ini akan berakibat pada tercampurnya unsur yang akan dibawa oleh suhudingintersebut.

2. Proses Produksi yang SesuaiSyariat

Produksi merupakan kegiatan yang dilakukan manusia untuk menghasilkan suatu produk, baik barang ataupun jasa yang bisa dimanfaatkan oleh konsumen Untuk menyediakan produk Halalan-Toyibban kepada konsumen akhir, semua bagian dalam rantai pasokan halal untuk produk halal harus dilakukan sesuai dengan praktik Halal termasuk kegiatan operasi di Rumah Potong Hewan, proses produksi bahan mentah lainnya. Ada dua hal yang menjadi perhatian dalam proses produksi:

a. Penyembelihan Halal: Penerapan metode penyembelihan halal untuk hewan hewan yang dijadikan bahan baku.

b. Pemisahan Lintas Produk: Mencegah kontaminasi silang antarproduk yang halal dan haram selama proses produksi.

3. Pemasaran yang SesuaiSyariat

Pemasaran yang sesuaisyariatadalah pemasaran yang sudah diatur dalam Islam, yang selalu mengutamakan sopan santun dan kejujuran, berikut ada tiga pemasaran dalam islam, yaitu:

a. Pemasaran yang beretika, yaitu selalu diawali dengan salam serta bersikap lemah lembut dan sopan santun, seperti bersikap ramah kepada konsumen menggunakan kata-kata yang lembut dan sopan. Sudah ada aturan dalam Al Qur'an untuk berlaku sopan di kehidupan sehari-hari kepada sesama, dan pelaku bisnis harus bermurah hati dan sopan dalam menjalankan praktik bisnisnya.

b. Pemasaran profesional, yaitu bersikap adil dalam promosi dan menghindari gharar yaitu kebohongan, manipulasi, dan mencampuradukkan kebenaran dan kebathilan. Dua unsur tersebut jauh dari kata etika pemasaran Islam yang mengutamakan kejujuran.

c. Pemasaran yang transparan, pemasaran dikatakan transparan jika tidak menggunakan cara batil, realistis, dan bertanggungjawab. Bisnis dilarang oleh syariat Islam apabila terdapat unsur yang tidak halal, atau melanggar dan merampas hak orang lain. Maka dari itu seluruh ajaran yang terdapat

dalam Al Qur'an berupa menjaga hak individu dan solidaritas sosial, untuk mengajarkan nilai moralitas yang baik dan tinggi dalam dunia bisnis.[38]

c. Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal menjadihal yang penting. Sertifikasi ini menjadi jaminan bagi wisatawan Muslim bahwa makanan yang mereka konsumsi telah diproduksi dan disajikan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Untuk memastikan keotentikan sertifikasi tersebut, hanya otoritas yang berwenang yang dapat mengeluarkan sertifikasi halal yang sah. Hal ini penting agar wisatawan Muslim dapat dengan yakin dan percaya diri menikmati makanan tanpa khawatirmelanggarajaranagamanya.Selainitu, transparansidalammenyajikan menu juga menjadi faktor penting. Dengan adanya menu yang dengan jelas menunjukkan mana makanan yang halal dan mana yang bukan, wisatawan Muslim dapat dengan mudah memilih makanan sesuai dengan kepercayaan mereka. Menu khusus ini juga menjadi bukti bahwa restoran tersebut menghargai keragaman pelanggannya dan berupaya memenuhi kebutuhan spesifik mereka. Namun, bukan hanya menu yang menjadi pertimbangan. Staf restoran juga harus mendapat pelatihan khusus agar memahami prinsip- prinsip halal dan tahu

[38] Nurul Azzochrah, Nurhafni Aprilia, dan Fitri Wulandari, "*MemilihMakanan Halal di Daerah Minoritas: Bukti Empiris pada Forum Jual Beli Online Facebook GPI*," Maqrizi: Journal of Economics and Islamic Economics 3, no. 1 (2023): 126–128.

bagaimana melayani wisatawan Muslim dengan baik. Pelatihan ini memastikan bahwa staf dapat interaksi dengan baik dengan wisatawan Muslim, memahami adab dan tata cara penyajian makanan, serta memastikan bahwa makanan yang disajikan benar-benar sesuai dengan standar halal. Keseluruhan upaya ini tidak hanya meningkatkan kualitas pelayanan restoran, tetapi juga reputasinya di mata komunitas Muslim.[39]

Dalam konseprestoran halal, tidak hanya berfokus pada jenis makanan yang disajikan bersifat halal dan higenis, namun semua aspek terkait berjalannya perusahaan restaurant harus sesuai dengan nilai-nilai syariat Islam, di antaranya; untuk makanan dan minuman, seperti daging yang dikonsumsi harus termasuk ke dalam hewan yang diperbolehkan dalam Islam, yang disembelih, dimasak, dan disajikan sesuai syariat Islam, dan penggunaan peralatan dan bahan-bahan yang tidak termasuk dalam kategori barang-barang haram. Sertifikasi halal menjadi hal yang penting. Sertifikasi ini menjadi jaminan bagi wisatawan Muslim bahwa makanan yang mereka konsumsi telah diproduksi dan disajikan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Untuk memastikan keotentikan sertifikasi tersebut, hanya otoritas yang berwenang yang dapat mengeluarkan sertifikasi halal yang sah. Hal ini penting agar wisatawan Muslim dapat dengan yakin dan percaya diri

[39]Muhammad Nizar et al., *MengembangkanPariwisata Halal di Indonesia* (Pasuruan: Yayasan PesantrenKontemporer Al-Hilmu, 2023)

menikmati makanan tanpa khawatir melanggar ajaran agamanya.Selain itu, transparansi dalam menyajikan menu juga menjadi faktor penting. Dengan adanya menu yang dengan jelas menunjukkan mana makanan yang halal dan mana yang bukan, wisatawan Muslim dapat dengan mudah memilih makanan sesuai dengan kepercayaan mereka. Menu khusus ini juga menjadi bukti bahwa restoran tersebut menghargai keragaman pelanggannya dan berupaya memenuhi kebutuhan spesifik mereka. Namun, bukan hanya menu yang menjadi pertimbangan. Staf restoran juga harus mendapat pelatihan khusus agar memahami prinsip- prinsip halal dan tahu bagaimana melayani wisatawan Muslim dengan baik.[40]

Penyediaan sumber makanan oleh Allah bagi manusia amatlah mengagumkan. Lebih dari enam miliar manusia sekarang, demikian juga manusia sebelumnya, dikaruniai persediaan makanan dari bumi yang tiada habis habisnya. Sumber makanan terutama berasal dari tanah berupa tanam tanaman didukung oleh keberadaan air dan sinar matahari melalui proses fotosintesis..[41]

B. Landasan Syariah

1. Pariwisata Syariah

[40]Winengan, *Industri Pariwisata Halal (Konsep dan FormulasiKebijakan Lokal)* (Mataram: UIN Mataram Press, 2020)

[41]Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an dan Badan Litbang Kementerian Agama RI, *Makanan dan MinumandalamPerspektif Al-Qur'an dan Sains* (Jakarta Timur: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2020)

Kata “Pariwisata Syariah” terdiriatas dua kata, yaitu pariwisata dan syariah. Dua kata ini memiliki pengertian yang berbeda, kata pariwisata menunjukkan suatu kegiatan bepergian, yaitu merupakan keseluruhan rangkaian kegiatan yang berhubungan dengan gerakan manusia yang melakukan perjalanan atau persinggahan sementara dari tempat tinggalnya ke suatu atau beberapa tempat tujuandi luar lingkungan tempat tinggalnya yang didorong oleh beberapa keperluan atau motif tanpa bermaksud mencari nafkah tetap. Dalam kamus Indonesia online dijelaskan bahwa pariwisata dengan ejaan “pa-ri-wi-sa-ta-n” yang berhubungan dengan perjalanan untuk rekreasi, pelancongan, tourism. Dalam bahasa Arab ditemukan beberapa istilah yang menjelaskan bahwa bepergian sudah dikenal alam di dunia Islam, seperti penggunaan beberapa istilah berikut:

a. Al-Safar, yaitu meninggalkan daerahnya ke daerah lain, sebagaimana yang dimaksud dalam surat Al-Baqarah ayat 184.

اَيَّامًا مَّعْدُوْدٰتٍۗ فَمَنْ كَانَ مِنْكُمْ مَّرِيْضًا اَوْ عَلٰى سَفَرٍ فَعِدَّةٌ مِّنْ اَيَّامٍ اُخَرَۗ وَعَلَى الَّذِيْنَ يُطِيْقُوْنَهٗ فِدْيَةٌ طَعَامُ مِسْكِيْنٍۗ فَمَنْ تَطَوَّعَ خَيْرًا فَهُوَ خَيْرٌ لَّهٗۗ وَاَنْ تَصُوْمُوْا خَيْرٌ لَّكُمْ اِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُوْنَ ﴿١٨٤﴾

(Yaitu) beberapa hari tertentu. Maka, siapa di antara kamu sakit atau dalam perjalanan (lalu tidak berpuasa), (wajib mengganti) sebanyak hari (yang dia tidak berpuasa itu) pada hari-hari yang lain. Bagi orang yang berat menjalankannya, wajib membayar fidyah, (yaitu) memberi makan seorang miskin. Siapa dengan kerelaan hati mengerjakan kebajikan, itu lebih baik baginya dan berpuasa itu lebih baik bagimujikakamumengetahui.

b. Al-Dharab, sebagaimana yang dimaksud dalam surat al-Nisa’ ayat 101, yaitu musafir yang jauh.Karena itu mereka dibolehkan untuk melakukan shalat qasar.

وَاِذَا ضَرَبْتُمْ فِى الْاَرْضِ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ اَنْ تَقْصُرُوْا مِنَ الصَّلٰوةِۖ اِنْ خِفْتُمْ اَنْ يَّفْتِنَكُمُ الَّذِيْنَ كَفَرُوْاۗ اِنَّ الْكٰفِرِيْنَ كَانُوْا لَكُمْ عَدُوًّا مُّبِيْنًا ﴿١٠١﴾

"Apabilakamubepergian di bumi, maka tidak dosa bagimu untuk mengqasar salat jika kamu takut diserang orang-orang yang kufur. Sesungguhnya orang-orang kafir ituadalahmusuh yang nyatabagimu."

c. Al-Rihlah sebagaimana yang dimaksud oleh ayat 2 dalam surat Quraisy.

اِلٰفِهِمْ رِحْلَةَ الشِّتَاۤءِ وَالصَّيْفِۚ ﴿٢﴾

"(yaitu) kebiasaan mereka bepergian pada musim dingin dan musim panas (sehingga mendapatkan banyak keuntungan)."

d. Al-Siyahah yang bermakan bepergian, perjalanan, perpindahan, dan hijrah atau melakukan kegiatan bepergian ke suatu tempat untuk rekreasi atau bergian untuk melakukan ibadah, seperti haji, umrah, mencari ilmu pengetahuan atau mengunjungi kerabat. Selain itu, masih banyak kata-kata yang digunakan untuk menyatakan ada suatu kegiatan yang bersifat berpergian, seperti kata irtiadat al-Isytighal (mencari usaha), tijarah (usaha perdangan), Ziyarah al-Aqarib (kunjungan keluarga), Hijrah, al-Hajj, talaqqiy al-Ilaj (pengobatan) dan lain-lain.

Berdasarkanbeberapapengertianitu, dapat ditegaskan bahwa pariwisata merupakan suatu kegiatan perjalanan yang menyangkut tempat, pelayanan, tujuan, dan cara sesuai dengan syariah. Hal ini sesuai dengan ungkapan oleh MES sebagai berikut: "Pariwisata Syariah" itu adalah pariwisata yang sesuai dengan agama Islam sebagai aturan berperilaku

kehidupan. Pemaknaan seperti ini sesuai dengan definisi wisata syariah mengandung konsep yang lebih luas, yaitu pariwisata yang keseluruhan aspeknya tidak bertentangan dengan syariah. Dalam industri pariwisata terdapat banyak aspek dan pelaku yang terlibat, misalnya hotel dan akomodasi, makanan dan minuman, transportasi, fasilitas ibadah, dan tentu obyek wisata itu sendiri. Seluruh aspek ini haruslah tidak bertentangan dengan syariah, sederhananya halal dan thayib.[42]

2. Perhotelan Syariah

Pariwisata syariah memiliki karakteristik produk dan jasa yang universal, keberadaannya dapat dimanfaatkan oleh banyak orang. Produk dan jasa wisata, objek wisata, dan tujuan wisata dalam pariwisata syariah adalah sama dengan produk, jasa, objek dan tujuan pariwisata pada umumnya selama tidak bertentangan dengan nilai-nilai dan etika syariah.

Adapun Hotel Syariah adalah hotel yang menyediakan jasa pelayanan penginapan, makan, dan minum, serta jasa lainnya bagi umum, dikelola secara komersial serta memenuhi ketentuan persyaratan yang ditetapkan pemerintah, industri, dan syariah. Keberadaannya menjadi jaminan akan tempat menginap yang aman dari hal-hal yang negatif, ramah dalam suasana religius. Maka demi menunjang tujuan tersebut, peran pemerintah sangatlah diperlukan dalam memperkuat keberadaan hotel yang berbasis syariah, serta memberikan kepastian hukum akan keberlangsungannya.Hotel berbasis syariah dalam praktiknya harus

[42] Prof. Dr. H. Musawar, *Pariwisata Syariah dalamSorotan* (Mataram: Sanabil, 2023), hlm. 9-10

menyesuaikan kegiatan bisnisnya dengan prinsip hukum Islam yang sudah diatur oleh regulator. Penyesuaian yang dimaksud adalah harus memenuhi klasifikasi dan kualifikasi yang telah disusun oleh Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) tentang standar hotel syariah. Dengan merujuk pada standar tersebut, maka sebuah hotel bisa masuk ke dalam kriteria Hotel Syariah.[43]

Menelaah lebih dalam standar yang diatur oleh DSN-MUI ini, hotel berbasis syariah dibagi menjadi dua golongan, yaitu:

1. Hotel Syariah Hilal-1, yaitu penggolongan untuk usaha hotel syariah yang dinilai memenuhi seluruh kriteria Usaha Hotel Syariah yang diperlukan untuk melayani kebutuhan minimal wisatawan Muslim. Dengan kata lain, memenuhi sebagian unsur syariah sesuai dengan penilaian usaha hotel syariah yang ditentukan oleh DSN-MUI.
2. Hotel Syariah Hilal-2, yaitu penggolongan untuk usaha hotel syariah yang dinilai memenuhi seluruh kriteria Usaha Hotel Syariah yang diperlukan untuk melayani kebutuhan moderat wisatawan Muslim. Bisa dikatakan kategori ini berarti memenuhi seluruh unsur Syariah sesuai dengan penilaian usaha hotel yang ditentukan juga oleh DSN- MUI.

Dari dua penggolongan di atas, terdapat banyak sekali ketentuan yang harus dipenuhi oleh hotel dalam rangka mendapatkan Sertifikat Usaha Hotel Syariah dari DSN-MUI, sehingga secara legal bisa menjalankan aktivitas bisnisnya sebagai hotel syariah. Ketentuan terbagi

[43] Muhammad Rayhan Janitra, *Hotel Syariah: Konsep dan Penerapan* (Depok: Rajawali Pers, 2017), hlm.13

atas 3 aspek, yaitu Produk yang dijual oleh hotel, Pelayanan yang diberikan hotel kepada para tamu, dan Pengelolaan hotel tersebut. Objek penilaian dibagi menjadi dua kriteria, yaitu kriteria Mutlak (wajib dipenuhi dan dilaksanakan) dan kriteria Tidak Mutlak (dapat dilaksanakan).

Standar Hotel Syariah ini adalah salah satu hasil ijtihad ulama yang ada di Indonesia, dalam hal ini adalah Dewan Syariah Nasional (DSN). Maka peraturan ini termasuk ke dalam kategori fikih, yang bersifat dinamis dan bisa berubah-ubah menyesuaikan waktu dan tempatnya. Ijtihad yang dilakukan oleh seorang mujtahid, tidak lain adalah mengarah kepada kemaslahatan umat serta menjaga agar peraturan ini tetap sejalan dengan maqâshid syariah.

Hotel syariah, sebagai entitas bisnis syariah sudah seharusnya memerhatikan aspek-aspek syariah, karena aktivitas bisnis yang dilakukan dengan mengatasnamakan syariah merupakan sebuah pertanggungjawaban kepada para customernya, yang pertanggung jawaban atas customer. [44]

Al-Qur'an dan Sunnah di dalamnya mencakup sekumpulan aturan aturan dan prinsip-prinsip yang jika dijalankan akan menghasilkan kesuksesan besar bagi para pelaku bisnis, baik di dunia maupun di akhirat. Para pelaku bisnis syariah harus berpedoman pada aturan yang sudah Allah tetapkan tersebut baik dalam bentuk perintah maupun larangan. [45]Allah Swt. berfirman:

---

[44]Janitra, *Hotel Syariah*, hlm14.
[45] Janitra, *Hotel Syariah*, hlm19.

وَيَوْمَ نَبْعَثُ فِيْ كُلِّ اُمَّةٍ شَهِيْدًا عَلَيْهِمْ مِّنْ اَنْفُسِهِمْ وَجِئْنَا بِكَ شَهِيْدًا عَلٰى هٰٓؤُلَاۤءِۗ وَنَزَّلْنَا عَلَيْكَ الْكِتٰبَ تِبْيَانًا لِّكُلِّ شَيْءٍ وَّهُدًى وَّرَحْمَةً وَّبُشْرٰى لِلْمُسْلِمِيْنَ ﴿٨٩﴾

"Dan ingatlah akan hari ketika Kami dibangkitkan pada tiap-tiap umat seorang saksi atas mereka sendiri, dan Kami datangkan kamu (Muhammad) menjadi saksi atas seluruh umat manusia. Dan Kami turunkan kepadamu Al-Kitab (Al-Qur'an) untuk menjelaskan segala sesuatu dan petunjuk serta rahmat dan kabar gembira bagi orang-orang yang berserah diri." (QS. An-Nahl [16]: 89)

3. Makanan Halal

Semua makanan dan minuman yang berada di muka bumi yang bermanfaat bagi pertumbuhan badan dan jiwa manusia menurut Islam hukum asalnya adalah halal (boleh) dimakan kecuali apabila ada larangan Al-Qur'an dan Hadits atau karena terdapat madharat (bahaya). Allah SWT berfirman:

يٰٓاَيُّهَا النَّاسُ كُلُوْا مِمَّا فِى الْاَرْضِ حَلٰلًا طَيِّبًاۖ وَّلَا تَتَّبِعُوْا خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِۗ اِنَّهٗ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِيْنٌ ﴿١٦٨﴾

"Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apayang ada di bumi. (Q.S Al-Baqarah Ayat: 168)

Dari ayat diatas jelaslah bahwa makanan yang dimakan oleh seseorang mukmin hendaknya memenuhi dua syarat, yaitu:

1. Halal artinya diperbolehkan untuk dimakan dan tidak dilarang oleh hukum syara'
2. Baik artinya makanan itu bergizi dan bermanfaat untuk kesehatan manusia

Jadi istilah "halal" itu merupakan istilah apabila dilihat dari prespektif Islam, sedangkan jika dilihat dari prespektif ilmu kesehatan disebut dengan "baik atau sehat". Dengan demikian, makanan halal/baik

adalah makanan yang bergizi dan dapat menyehatkan tubuh, dapat menimbulkan nafsu makan, keadaannya bersih dan tidak menjijikkan serta tidak ada larangan dari al-Quran dan Hadits. Adapun kriteria makanan dan minuman halal, kriteria minuman halal meliputi 3 hal yang tidak dapatdipisah-pisahkan yaitu :

a. Halal karena zatnya, artinya benda itu memang tidak dilarang oleh hukum syara' seperti daging sapi, nasi, susu, telor, dll.
b. Halal cara mendapatkannya, artinya sesuatu yang halal itu harus diperoleh dengan cara yang halal pula.
c. Halal dalam proses/cara pengolahannya, artinya selain sesuatu yang halal harus diperoleh dengan cara yang halal pula, maka cara/proses pengolahannya juga harus benar menurut hukum syara'.

Adapun jenis makanan atau binatang yang halal dimakan, Secara garis besar binatang yang halal dapat dikelompokkan menjadi beberapa bagian, yaitu:

a. Semua makanan dan minuman yang tidak diharamkan oleh Allah dan Rasul-Nya. Artinya semua makanan minuman adalah boleh dan halal sampai ada dalil yang menyatakan haramnya.
b. Semua makanan yang baik, tidak kotor dan tidak menjijikan.
c. Semua makanan yang tidak memberi mudharat, tidak membahayakan kesehatan jasmani dan tidak merusak akal, moral, dan aqidah.
d. Binatang ternak, seperti: kerbau, sapi, unta, kambing, domba dan lain-lain.

e. Belalang pun halal, bahkan bangkainya pun boleh dimakan meski tanpa disembelih
f. Daging hewan buruan yang diperoleh dari hutan seperti rusa, kancil, atau ayam hutan adalah halal untuk dimakan
g. Binatang yang Hidup di Laut/Air. Semua binatang yang hidup di laut atau di air adalah halal untuk dimakan baik yang ditangkap maupun yang ditemukan dalam keadaan mati (bangkai), kecuali binatang itu mengandung racun atau membahayakan kehidupan manusia.

Manfaat Mengonsumsi Makanan Minuman Halal

a. Dapat mempertahankan hidupnya sampai dengan batas yang ditetapkan Allah.
b. Mencapai ridha Allah, karena dapatmemilih jenis makanan dan minuman yang halal.
c. Memiliki akhlakul karimah
d. Terhindar dari akhlak madzmumah[46]

C. Kajian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini terdiri dari berbagai investigasi yang telah dilakukan oleh akademisi lain. Kajian kajian berikut menjadi landasan pemikiran penulis dalam mengerjakan penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 2. 1

Kajian Terdahulu

[46] Rozaq Fakhtian Ahmad, *Materi Ajar: MakananMinuman Halal dan Haram*Kelas VIII MTS (Malang, 19 Desember 2018).

NO	NAMA	TAHUN	JUDUL REFERENSI	TEMUAN
1	Agensy Nurmaydha, Siti Asmaul Mustaniroh, Sucipto	2019	Strategi pengembangan restoran halal sebagai penunjang hotel syariah (studi kasus di unida gontor inn, universitas darussalam gontor ponorogo)	Hasil penelitin adalah perhitungan AHP diperoleh tingkat prioritas faktor tingkat hasil tertinggi, sistem produksi 0,454, prioritas tujuan tingkat tertinggi adalah sertifikat restoran halal 0,412, strategi alternatif tingkat prioritas adalah bobot tertinggi, penentuan standar kualitas produksi 0,316. Manajemen hotel harus fokus pada penentuan standar kualitas produksi terkait input, proses dan output, termasuk pembelian bahan baku, penerimaan, pemilihan, penyimpanan, pemrosesan, dan penyajian sesuai dengan Sistem Jaminan Halal (SJH) sehingga dapat mendukung sertifikasi restoran halal untuk mendukung hotel syariah, serta menjadi hotel syariah di Ponorogo.
2	Syukri Rosadi	2020	Penerapan sertfikasi label halal pada hotel	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Hotel

			muzdhalifah syariah kecamatan ujung batu kabupaten rokan hulu	Muzdhalifah Syariah Ujungbatu belum memiliki sertifikasi halal, karena masih adanya beberapa faktor penghambat untuk dijadikannya Hotel Syariah yaitu: Bahwa prinsip-prinsip syariah sudah diterapkan termasuk di dalamnya aturan-aturan dan kebijakan-kebijakan hotel pada keseluruhannya. Namun, masih ada kekurangan dalam hal menerapkan prinsip-prinsip syariah seperti penyediaan ruang ibadah (musholla) dan makanan dan minuman belum bersetifikat halal dari Mejelis Ulama Indonesia, dikarenakan Hotel Muzdhalifah Syariah Ujungbatu belum memiliki restaurant sendiri, Salah satu proses sertifikasi halal ialah menerapakan Sistem Jaminan Halal.
3	Mukidi	2020	Prosedur Pemberian Sertifikat Label Halal Terhadap Produk Makanan Di Restoran	Hasil Penelitian ini menunjukan bahwa Tata cara memperoleh sertifikat halal pada restoran hotel yang

			Hotel Syariah Untuk Mewujudkan Hak Kenyamanan Konsumen Muslim (Studi Di Kementerian Agama Provinsi Sumatera Utara)	diterbitkan oleh Kementerian Agama (Kemenag). Pertama, pelaku usaha harus memenuhi persyaratan yang diperiksa oleh HPGA seperti, data pelaku usaha, nama dan jenis produk usaha, daftar produk dan bahan yang digunakan, cara atau pengolahan produk serta sistem jaminan halal. Setelah memenuhi persyaratan HPGA dalam memeriksa dokumen, kemudian menetapkan LPH yang telah dipilih oleh pemohon, selanjutnya LPH melakukan pemeriksaan dan/atau pengujian produk MUI tahap selanjutnya melalui penetapan kehalalan produk pangan melalui sidang fatwa halal. Setelah proses tersebut dilakukan melalui tahapan yang ditentukan, HPGA menerbitkan sertifikat halal.
4	Naila Tasya, Malahayatie	2024	Sektor penjaminan halal pada industri pariwisata	Temuan dari penelitian ini juga menunjukkan bahwa adanya penjaminan halal yang baik dapat

				meningkatkan kepercayaan wisatawan Muslim dan non-Muslim terhadap destinasi wisata, serta mendukung pertumbuhan ekonomi lokal melalui peningkatan kunjungan wisatawan. Rekomendasi yang diberikan dalam artikel ini dapat menjadi acuan bagi para pembuat kebijakan dan praktisi dalam mengembangkan industri pariwisata halal yang berkelanjutan. Dalam konteks global, peningkatan jumlah wisatawan Muslim membawa dampak signifikan pada berbagai destinasi wisata. Oleh karena itu, destinasi wisata yang dapat menyediakan fasilitas dan layanan sesuai dengan prinsip halal memiliki potensi besar untuk menarik lebih banyak wisatawan. Implementasi penjaminan halal tidak hanya mencakup makanan dan minuman, tetapi

				juga aspek lain seperti akomodasi, hiburan, dan layanan kesehatan.
5	Olga Mayasari Dewi, Mulyati Mulyati, Nurlaila Abdullah Mashabic	2024	Halal Lifestyle Terhadap Keputusan Pemilihan Restoran Hotel Pada Generasi Milenial	Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dan pengumpulan data pada bulan Juli 2024. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner menggunakan google form. Sampel penelitian dipilih menggunakan teknik non-probability sampling dengan purposive sampling sehingga menghasilkan sampel sebanyak 307 responden dengan rentang kelahiran 1981-1996. Penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup halal berada pada kategori tinggi dan keputusan memilih restoran hotel berada pada kategori tinggi. Hasil uji regresi pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh gaya hidup halal terhadap keputusan memilih restoran hotel

				dengan nilai p-value sebesar 0,006<0,05. Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi gaya hidup halal maka semakin banyak responden memilih restoran halal dan sebaliknya jika gaya hidup halal responden rendah maka semakin buruk keputusan memilih restoran hotel.

Dari penelitian terdahulu diatas terdapat persamaan dan perbedaan yang ditemukan sbb :

1. Agensy Nurmaydha, Siti Asmaul Mustaniroh, dan Sucipto (2019)

   Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah pendekatan yang digunakan berupa metode AHP untuk menentukan prioritas strategi dalam pengembangan restoran halal guna menunjang hotel syariah, sedangkan penelitian penulis lebih fokus pada strategi penyajian makanan halal yang berdampak langsung terhadap kepuasan tamu di hotel. Kemudian, persamaannya adalah sama-sama membahas strategi pengelolaan makanan halal di lingkungan hotel sebagai bagian dari layanan berbasis syariah.

2. Syukri Rosadi (2020)

   Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada fokusnya yang menekankan kendala dalam penerapan sertifikasi halal di Hotel Muzdhalifah Syariah yang belum memiliki restoran sendiri. Sedangkan

penelitian penulis membahas strategi yang telah diterapkan untuk penyajian makanan halal dalam rangka meningkatkan kepuasan tamu. Kemudian, persamaannya adalah keduanya membahas penerapan prinsip-prinsip syariah di hotel, khususnya dalam hal penyajian makanan halal.

3. Mukidi (2020)

   Perbedaan dengan penelitian penulis adalah fokus penelitian Mukidi pada prosedur administrasi dan hukum dalam proses sertifikasi halal melalui Kementerian Agama, bukan pada strategi penyajian makanan halal untuk kepuasan tamu.Persamaannya adalah keduanya sama-sama menekankan pentingnya Sistem Jaminan Halal (SJH) dalam menjaga kualitas makanan di hotel.

4. Naila Tasya dan Malahayatie (2024)

   Perbedaan dengan penelitian penulis adalah penelitian ini mengkaji industri pariwisata halal secara umum, termasuk akomodasi, hiburan, dan pelayanan, bukan secara khusus pada aspek makanan. Sedangkan penelitian penulis fokus pada strategi penyajian makanan halal di hotel tertentu. Persamaannya adalah sama-sama menyoroti pentingnya jaminan halal dalam meningkatkan kepercayaan dan kepuasan wisatawan terhadap layanan pariwisata.

5. Olga Mayasari Dewi, Mulyati, dan Nurlaila Abdullah Mashabic (2024)

   Perbedaan dengan penelitian penulis adalah penelitian ini melihat pengaruh gaya hidup halal terhadap keputusan konsumen generasi milenial dalam memilih restoran hotel, lebih fokus pada sisi persepsi konsumen.

Sedangkan penelitian penulis menyoroti strategi internal hotel dalam menyajikan makanan halal untuk meningkatkan kepuasan tamu. Persamaannya adalah keduanya membahas keterkaitan antara makanan halal dan tingkat kepuasan atau keputusan konsumen terhadap hotel dan restoran.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Menurut Fellin. Tripodi, dan Meyer mengemukakan bahwa penelitian adalah suatu cara sistematik untuk maksud meningkatkan. memodifikasi, dan mengembangkan pengetahuan yang dapat disampaikan (dikomunikasikan) dan diuji (diverifikasi) oleh peneliti lain.[47]

Penelitian kualitatif dapat digunakan untuk kegiatan penelitian tentang kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, aktivitas sosial, dan ekonomi. Hasil kegiatan penelitian kualitatif dapat berupa uraian yang mendalam tentang ucapan, tulisan, dan atau perilaku yang dapat diamati dari suatuindividu, kelompok, masyarakat, dan atau organisasi tertentu dalam suatu keadaan, konteks tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang menyeluruh.[48]

Penelitian ini digunakan untuk mengetahui bagaimanaStrategi Grand Royal Denai Bukittinggi dalam meningkatkan kepuasan tamu melalui peran penyajian makanan halal.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian merupakan wadah dimana penelitian itu dilakukan serta tempat dimana peneliti dapat mengemukakan keadaan

[47]Elvera,.&YesitaAstarina, (2021). Metodologipenelitian (1st ed.). Yogyakarta: Andi (Anggota KAPI)

[48]Jaya, I. M. L. M. (2020). Metode penelitiankuantitatif dan kualitatif. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.

sebenarnya dari objek yang diteliti serta menjadi sarana peneliti untuk mendapatkan banyak sumber data yang dibutuhkan di dalam penelitian ini. Sedangkan lokasi penelitian yang dituju oleh peneliti adalah Hotel Grand Royal Denai yang betempat di jalan Yos Sudarso No 5, RW 7, Benteng Pasar Atas, Guguk Panjang, Bukittinggi. Alasan peneliti memilih Grand Royal Denai karena dianggap sebagai representasi yang baik dari hotel-hotel berbintang di kawasan tersebut. Dengan menganalisis praktik-praktik di dapur hotel ini, peneliti berharap dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai standar operasional, tantangan, dan peluang yang dihadapi oleh industri perhotelan secara umum dalam mengelola dapur.

Menurut Sugiyono tidak ada cara yang mudah untuk menentukan berapa lama penelitian dilaksanakan. Tetapi lamanya penelitian akan tergantung pada keberadaan sumber data dan tujuan penelitian. Selain itu juga akan tergantung cakupan penelitian, dan bagaimana penelitian mengatur waktu yang digunakan. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 16 Oktober 2024.

C. Jenis dan Sumber Data

Menurut Lofland dan Lofland sebagaimana yang telah dikutip oleh Lexy. J. Moleong dalam bukunya yang berjudul Metodologi Penelitian Kualitatif, mengemukakan bahwa sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya berupa data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Berkaitan dengan hal itu pada bagian ini jelas

datanya dibagi ke dalam kata-kata dan tindakan, sumber data tertulis, foto dan statistic.

Sedangkan yang dimaksud sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh. Apabila menggunakan wawancara dalam mengumpulkan datanya maka sumber datanya disebut informan, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan baik secara tertulis maupun lisan. Apabila menggunakan observasi maka sumber datanya adalah berupa benda, gerak, atau proses sesuatu. Apabila menggunakan dokumentasi, maka dokumen atau catatanlah yang menjadi sumber datanya. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

1. Data Primer : Berupa kata-kata yang diperoleh dari wawancara dengan para informan yang telah ditentukan yang meliputi berbagai hal yang berkaitan dengan penyajian makanan halal di Hotel Grand Royal Denai ini.
2. Data Sekunder : Data yang diperoleh dari hasil studi perpustakaan yang berupa dokumen-dokumen, buku-buku, hasil-hasil penelitian yang berwujud laporan, yang biasanya berbentuk jurnal dan buku sumber.

D. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah orang yang dimanfaatkan sebagai sumber informasi untuk mendapatkan data yang diperlukan terkait dengan pertanyaan dalam penelitian. Adapun informan dalam penelitian yaitu staff kitchen beserta jajaran yang mengelola kitchen hotel dan pengunjung/tamu restoran hotel.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengertian teknik pengumpulan data menurut Arikunto adalah cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data, di mana cara tersebut menunjukan pada suatu yang abstrak, tidak dapat di wujudkan dalam benda yang kasat mata, tetapi dapat dipertontonkan penggunaannya.Dalam hal pengumpulan data ini, penulis terjun langsung pada objek penelitian untuk mendapatkan data yang valid, maka peneliti menggunakan metode sebagai berikut:

1. Metode Observasi

Terkait dengan teknik observasi, Edwards dan Talbott mencatat: *all good practitioner research studies start with observations*. Observasi demikian bisa dihubungkan dengan upaya: merumuskan masalah, membandingkan masalah (yang dirumuskan dengan kenyataan di lapangan), pemahaman secara detil permasalahan (guna menemukan pertanyaan) yang akan dituangkan dalam kuesioner, ataupun untuk menemukan strategi pengambilan data dan bentuk perolehan pemahaman yang dianggap paling tepat.

Observasi langsung ini dilakukan peneliti untuk mengetahui bagaimana strategi grand royal denai untuk meningkatkan kepuasan tamu melalui penyajian makanan halal yang dilakukan oleh staff kitchen serta

jajaran untuk meningkatkan kepuasan tamu pada hotel grand royal denai ini serta mempertahankan keramahan yang diterapkan.[49]

2. Metode Wawancara *(interview)*

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dan situasi peneliti mengajukan sejumlah pertanyaan pada tiap tiap responden yang berdasarkan kategori kategori jawaban tertentu dan terbatas yang dilakukan secara lisan kepada subjek yang diwawancarai. Teknik wawancara juga dapat diartikan sebagai cara yang digunakan untuk mendapatkan data dengan bertanya secara langsung dengan responden atau informan yang menjadi subjek penelitian. Artinya antara peneliti dan responden berhadapan langsung atau melalui via telepon atau chat untuk mendapatkan informasi, dalam penelitian ini peneliti melakukan Tanya jawab dengan staff kitchen yang berada di hotel grand royal denai.

3. Metode Dokumentasi

Dokumentasi, dari asal kata dokumen yang artinya barang-barang tertulis. Dalam pelaksanaan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian dan sebagainya.

Melalui metode dokumentasi, peneliti gunakan untuk menggali data berupa dokumen terkait buku tamu pengunjung, dokumen sejarah, catatan harian, kumpulan surat pribadi dan lainnya, sementara dokumen terekam dapat berupa film, kaset rekaman dan sebagainya.

---

[49]Harahap, N. (2020). *Penelitiankualitatif*. Medan : Wal Ashri Publishing.

F. Metode Analisis Data

1. Identifikasi SWOT

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik analisis SWOT dengan pendekatan kualitatif, yang terdiri dari Strenghts, Weakness, Opportunities dan Threaths. Analisis SWOT bertujuan untuk memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities), namun dapat meminimalkan kelemahan (weakness) dan ancaman (threaths).[50]

MenurutRangkuti, analisis SWOT adalah suatu identifikasi faktor strategis secara sistematis untuk merumuskan strategi. Strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai tujuan. Sedangkan menurut Freddy Rangkuty, strategi adalah perencanaan induk yang komprehensive yang menjelaskan bagaimana mencapai semua tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Dari pengertian SWOT tersebut, dapat dijelaskan satu persatu sebagai berikut:

1. Kekuatan *(Strength),* yaitu keunggulan atau kelebihan yang dimiliki oleh Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi. Dengan mengetahui kekuatannya maka dapat dikembangkan menjadi lebih baik hingga mampu bertahan dalam pasar dan mampu bersaing untuk pengembangan selanjutnya.

---

[50] Freddy Rangkuti. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015), hal 19

2. Kelemahan *(Weakness),* yaitu segala faktor internal yang masih menjadi kendala bagi Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi dalam menyajikan makanan halal.

3. Peluang *(Opportunities),* yaitu semua kesempatan yang ada sebagai kebijakan pemerintah, peraturan yang berlaku atau kondisi perekonomian nasional atau global yang dianggap memberi peluang bagi industri pariwisata untuk tumbuh dan berkembang di masa yang akan datang.

4. Ancaman *(Threats),* yaitu hal-hal dari luar yang dapat menghambat strategi penyajian makanan halal di hotel, seperti peraturan pemerintah daerah yang tidak memberikan kemudahan dalam membuka usaha dan lain sebagainya.

2. Internal Factor Evalution (IFE) dan External Factor Evalution (EFE)

a. Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE)

Merupakan alat yang digunakan untuk mengevaluasi lingkungan internal perusahaan dan untuk mengungkapkan kekuatan serta kelemahannya. Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE) adalah alat yang digunakan untuk menguji lingkungan eksternal perusahaan dan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang ada.[51]Adapun sistematika metode yang digunakan dalam penelitian ini dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor Internal merupakan faktor-faktor yang

[51]Mujito, *ManajemenStrategik: DenganPendekatanAnalisis SWOT* (Banyumas: WawasanIlmu, 2023), hlm.,48

berasal dari dalam Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi, seperti tabel di bawah ini:

Tabel 3. 1

Faktor Internal Strategi Penyajian Makanan Halal di Hotel Grand Royal Denai Bukitinggi

No	Faktor-Faktor Internal	Bobot	Rating	Nilai
	Kekuatan			
1	..			
2	..			
3	..			
4	..			
5	..			
6	..			
7	..			
8	..			
9	..			
10	..			
	Subtotal			
	Kelemahan			
1	..			
2	..			
3	..			
4	..			
5	..			
6	..			
7	..			
8	..			
9	...			
10	..			
	Subtotal			
	Total			

b. External Factor Evalution (EFE)

Matriks EFE *(External Factor Evaluation)* adalah alat analisis lingkungan eksternal yang digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor

eksternal yang mempengaruhi sukses perusahaan. Matriks EFE membantu perusahaan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi peluang dan ancaman yang mungkin mempengaruhi posisi mereka di pasar.[52]Faktor Eksternal merupakan faktor-faktor yang berasal dari luar, sepertitabel di bawah ini:

Tabel 3.2
Evaluasi Faktor External Strategi Penyajian Makanan Halal di Hotel Grand Royal Denai Bukitinggi

No	Faktor-Faktor Internal	Bobot	Rating	Nilai
	Peluang			
1	..			
2	..			
3	..			
4	..			
5	..			
6	..			
7	..			
8	..			
9	..			
10	..			
	Subtotal			
	Ancaman			
1	..			
2	..			
3	..			
4	..			
5	..			
6	..			
7	..			
8	..			
9	...			
10	..			
	Subtotal			
	Total			

[52]Mujito, *ManajemenStrategik*, [hlm 48].

Semuafaktor yang di identifikasikan akan ditentukan bobotnya untuk menilai berapakah nilai dari faktor internal dan eksternal. Jumlah bobot sebuah faktor, baik faktor internal maupun eksternal harus sama dengan 1,0 atau 100% dimana pilihan itu sendiri yaitu:

a. 0,01 =Sangat Rendah
b. 0,05 =Rendah
c. 0.10=Sedang
d. 0,15=Tinggi

Setelahmenentukanbobotnilaidari masing-masing faktor, kemudian menentukan rating dari masing-masing faktor tersebut Adapun pilihan ratingnya antara lain:

a. Rating 1= Tidak Penting
b. Rating 2 =CukupPenting
c. Rating 3= Penting
d. Rating 4= Sangat Penting

Jika bobot rating sudah ditentukan, maka data tersebut sudah dapat diolah dan sudah dapat diketahui strategi mana yang akan digunakan dalam mengembangkan penyajian makanan halal di hotel grand royal denaibukittinggi.

3. Matriks SWOT

Matriks SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman yang akan dihadapi pada penyajian makanan halal di hotel grand royal denai bukitinggi ini dapat disesuaikan dengan kelemahan

dan kekuatan yang dimiliki oleh destinasi wisata tersebut. Matriks SWOT dapat dijadikan sebagai alat untuk mencocokkan yang akan mengembangkan empat tipe strategi yaitu: Strategi SO (Strenghts Opportunities), WO (Weakness Opportunities), ST (Strenghts Threaths), WT (Weakness Threaths).[53]

Tabel 3.3
Matrik SWOT

Internal / **Eksternal**	**Kekuatan (S)**	**Kelemahan (W)**
Peluang **(O)**	**Strategi S – O** (Strategi yang memanfaatkan kekuatanidan memaanfaatkan peluang)	**Strategi W – O** (Strategi yang meminimalkan kelemahan dan memanfaatkan peluang)
Ancaman (T) (strategi yang menggunakan kekuatan dan mengatasi ancaman)	**Strategi S – T** (strategi yang menggnakan kekuatan dan mengatasi ancaman)	**Strategi W- T** (strategiyang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman)

Sumber Rangkuti:2015

[53] Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis.* (Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015), hal. 25

a. Strategi SO

Strategi itudibuatberdasarkan jalan pikiran memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memaanfaatkan peluangnya sebesar besarnya.

b. Strategi ST

Strategi iniadalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimilikiuntukmengatasiancaman

c. Strategi WO

Strategi iniditerapkanberdasarkanpemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

d. Strategi WT

Strategi inididasarkan pada kegiatanusaha meminimalkan kelemahan yang adasertamenghindariancaman.

4. Tabel Bobot Skor

Tabel 3.4
Tabel Bobot Skor

Internal / **Eksternal**	**Kekuatan (S)**	**Kelemahan (W)**
Peluang **(O)**	**Strategi S – O** .. + .. =	**Strategi W – O** .. + .. =
Ancaman (T)	**Strategi S – T** .. + .. =	**Strategi W- T** .. + .. =

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profile Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi

Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi adalah hotel bintang 4 dengan standar Internasional yang berada di daerah Bukittinggi Sumatra Barat yang memiliki 3 hotel berbintang dan jarak dari 3 hotel itu sangat berdekatan yaitu Royal Denai View bintang 2 (bersebelahan dengan Grand Royal Denai Hotel), Royal Denai Hotel bintang 3 (berjarak kurang lebih 100 meter dari Grand Royal Denai Hotel) dan hotel yang baru yaitu Grand Royal Denai Hotel bintang 4 yang di resmikan tahun 2016 lalu. Perjalanan dari bandara Internasional Minangkabau ke Hotel Grand Royal Denai kurang lebih 2 jam.



Gambar 1 Royal Denai Hotel Bukittinggi

Hotel Royal Denai Group yang berpusat di Bukittinggi, Grand Royal Denai Hotel didirikan pada tanggal 24 April 2016 yang berlokasi di Jln. Yos Sudarso no.5-7, Benteng Ps. Atas, Kec. Guguk Panjang, Kota Bukittinggi 26136, Sumatera Barat, Indonesia.Grand Royal Denai

Hotel Bukittinggi berlokasi sangat dekat dengan objek wisata seperti kebun binatang , benteng fort de cock, jam gadang, lubang jepang dan ngarai sianok .

2. Visi dan Misi Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi

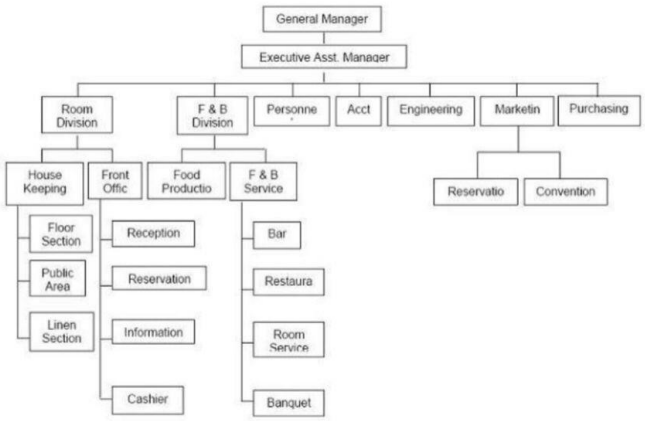
a. Visi Perusahaan

"Royal Denai Group Hotel sebagai pemain terdepan dalam dunia hospitality di indonesia yang sehat dan menguntungkan".

b. Misi Perusahaan

1. Mempromosikan Royal Denai Group Hotel dengan cara yang baik dan efektif.
2. Meningkatkan jumlah hubungan-hubungan bisnis.
3. Menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan hotel.
4. Bekerja berdasarkan dasar yang jelas

3. Struktur Organisasi Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi



Gambar 2StrukturOrganisasi

Sumber : Human Resource Department Grand Royal Denai

B. Hasil Wawancara

Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data dengan menggunakan metode wawancara lansung. Wawancara merupakan teknik pengumpulan data memberikan pertanyaan langsung kepada responden yang berkompeten dalam permasalahan yang sedang diteliti dalam penelitian ini. Peneliti melakukan wawancara dengan staf kitchen dan tamu yang berkunjung di restoran.

1. Wawancara kepada tamu restoran

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu tamu restoran, beliau menyampaikan bahwa kualitas rasa makanan yang disajikan di Hotel Grand Royal Denai selalu membuatnya merasa puas setiap kali datang berkunjung. Ia mengatakan:

> *"Yang paling saya nikmati dari makanan halal di sini itu rasanya yang khas dan tidak berubah-ubah. Dari awal saya datang sampai sekarang, rasanya tetap konsisten dan enak."*[54]

Selain itu, pengunjung tamu lainnya juga menyampaikan bahwa meskipun dari segi makanan tidak ada keluhan, namun suasana restoran saat sedang ramai terkadang kurang mendukung kenyamanan saat bersantap. Ia menyampaikan:

> *"Kalau dari segi makanan oke ya, tapi kadang area makan terlalu ramai dan agak berisik, jadi kenyamanannya sedikit terganggu."*[55]

---

[54] Rita Hasibuan, pengunjungtamurestoran, *wawancarapribadi*, Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi, 13 Juli 2025, pukul 11.00–11.30.

[55] Husain Nasution, pengunjungtamurestoran, *wawancarapribadi*, Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi, 13 Juli 2025, pukul 09.30.

Mengenai pelayanan, beliau juga pernah mengalami pengalaman yang sedikit kurang menyenangkan saat memerlukan alat makan tambahan:

"Saya pernah merasa pelayanannya agak lama pas saya minta tambahan sendok, harus nunggu beberapa menit padahal itu pagi hari dan ramai tamu."[56]

Namun begitu, penyajian makanan terlihat rapi dan menambah kepercayaan bahwa makanan yang disediakan memang halal dan aman untuk dikonsumsi.Saat ditanya mengenai informasi terkait makanan halal, beliau berharap pihak hotel bisa lebih aktif membagikan konten di media sosial mengenai sajian makanan halal yang mereka miliki:

"Kalau misalnya hotel ini lebih sering posting tentang menu halal mereka di Instagram atau website, mungkin lebih banyak orang yang tertarik buat datang."[57]

Terakhir, ia juga menyampaikan pendapatnya mengenai persaingan dengan hotel lain di Bukittinggi:

"Di Bukittinggi ini sekarang udah banyak hotel yang punya label halal resmi, jadi kalau Grand Royal Denai belum punya, itu bisa jadi bahan pertimbangan juga buat tamu baru."[58]

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat di simpulkan diketahui bahwa kualitas rasa makanan menjadi salah satu daya tarik utama hotel bagi tamu. Namun, ada beberapa hal yang masih perlu ditingkatkan seperti suasana makan yang lebih kondusif dan kecepatan

---

[56] Husain Nasution, pengunjungtamurestoran, *wawancarapribadi*, Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi, 13 Juli 2025, pukul 09.30.

[57] Rita Hasibuan, pengunjungtamurestoran, *wawancarapribadi*, Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi, 13 Juli 2025, pukul 11.00–11.30.

[58] Rita Hasibuan, pengunjungtamurestoran, *wawancarapribadi*, Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi, 13 Juli 2025, pukul 11.00–11.30.

pelayanan. Selain itu, penyebaran informasi makanan halal secara digital dan kejelasan sertifikasi halal juga menjadi hal yang perlu diperhatikan untuk menjangkau tamu lebih luas.

2. Wawancara dengan Staf Kitchen

Dari hasil wawancara dengan salah satu staf dapur hotel yaitu commis, beliau menyampaikan bahwa setiap bahan makanan yang digunakan di dapur berasal dari pemasok yang telah dipercaya kehalalannya. Pemilihan bahan dilakukan secara selektif dengan tetap mempertimbangkan kualitas dan kebersihannya. Beliau menyampaikan:

"Saya selalu pastikan bahan yang masuk ke dapur berasal dari supplier yang sudah jelas kehalalannya, dan biasanya kita minta surat keterangan halal juga dari mereka."[59]

Dalam pelaksanaan kegiatan memasak, prosedur tetap dijalankan agar semua sesuai dengan standar yang ditentukan, terutama dalam menjaga kebersihan peralatan serta proses pemisahan antara bahan mentah dan matang:

"Kita punya SOP sendiri untuk pisahkan alat masak antara bahan mentah dan matang, dan ada proses pencucian khusus sesuai standar dapur halal."[60]

Namun, beliau mengakui bahwa ada kalanya pengawasan terhadap penerapan prosedur belum berjalan optimal setiap hari. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan tenaga kerja atau padatnya aktivitas di dapur:

---

[59] Yuka Wulandari, Commis, *wawancarapribadi*, Dapur Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi, 13 Juli 2025, pukul 13.00–13.30.

[60] Ebby Saputra, Executive Chef, *wawancarapribadi*, Dapur Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi, 13 Juli 2025, pukul 15.00–15.20.

"Pengawasan sih selalu ada, tapi kadang karena sibuk dan staf terbatas, ada aja yang miss, misalnya soal dokumentasi atau pengecekan label bahan."[61]

Ia juga menambahkan bahwa harga bahan makanan halal yang fluktuatif sering menjadi tantangan dalam mengatur biaya operasional dapur:

"Harga bahan halal naik turun, terutama daging. Kalau udah naik drastis, kita harus mutar otak supaya tetap bisa masak dengan bahan yang sesuai tapi tetap irit biaya."[62]

Meski menghadapi beberapa kendala, tetap optimis jika menu makanan halal terus dikembangkan, akan memberi peluang besar dalam menarik minat wisatawan yang lebih luas:

"Kalau hotel mau invest dikit buat explore menu baru yang lebih kekinian tapi tetap halal, itu bisa banget narik tamu, apalagi yang dari luar kota atau luar negeri."[63]

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat di simpulkan bahwa pihak dapur telah menerapkan prosedur yang sesuai dalam memilih bahan dan mengolah makanan agar tetap terjaga kehalalannya. Meski demikian, tantangan tetap muncul dari sisi pengawasan harian dan fluktuasi harga bahan. Pengembangan inovasi menu halal dinilai dapat menjadi langkah yang tepat untuk meningkatkan daya saing hotel.

C. Analisis SWOT

1. Identifikasi Analisis SWOT

[61] Ebby Saputra, Executive Chef, *wawancarapribadi*, Dapur Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi, 13 Juli 2025, pukul 15.00–15.20.

[62] Ebby Saputra, Executive Chef, *wawancarapribadi*, Dapur Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi, 13 Juli 2025, pukul 15.00–15.20.

[63] Yuka Wulandari, Commis, *wawancarapribad*i, Dapur Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi, 13 Juli 2025, pukul 13.00–13.30.

Analisis SWOT adalahmengidentifikasiberbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi dalam perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strenght) dan peluang (opportunity), serta mampu dalam meminimalkan kelemahan (weakness) dan ancaman (threats).[64]

Berdasarkanpenelitian yang dilakukan di Hotel Grand Royal Denai Bukitinggi, dalam mengidentifikasikan faktor internal meliputi kekuatan dan kelemahan dan faktor eksternal yang meliputi peluang dan ancaman pada Hotel Grand Royal Denai Bukitinggi, maka disajikan data-data yang diperoleh mengenai Analisis SWOT TerhadapStrategi Grand Royal Denai Bukittinggi Dalam Meningkatkan Kepuasan Tamu Melalui Penyajian Makanan Halal. Peneliti telah melakukan wawancara langsung dengan pihak-pihak yang terkaitdenganpenelitianini.

a. Faktor Internal

Berikutinihasilterhadapfaktor internal pada Strategi Grand Royal Denai Bukittinggi Dalam Meningkatkan Kepuasan Tamu Melalui Penyajian Makanan Halal yaitu terdiri dari kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness).

1. Kekuatan (Strength), yaitu keunggulan atau kelebihan yang dimiliki oleh Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi, seperti komitmen menyajikan makanan halal sesuai syariat Islam, tim dapur yang profesional dan berpengalaman, lokasi strategis dekat

[64]Isniati, Fajriansyah, *ManajemenStrategik* (Yogyakarta: CV. ANDI OFFEST, 2019), 54.

destinasi wisata, pengalaman pelayanan yang baik terhadap tamu muslim, menu halal yang bervariasi dan menarik, fasilitas dapur memadai untuk penyajian halal, adanya standar operasional prosedur penyajian halal, manajemen mendukung pengembangan wisata halal, lingkungan hotel yang bersih dan nyaman, citra positif hotel di kalangan wisatawan muslim.

2. Kelemahan (Weakness), yaitu segala faktor internal yang masih menjadi kendala bagi Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi dalam menyajikan makanan halal, seperti belum memiliki sertifikasi halal resmi dari MUI, ketergantungan pada supplier bahan makanan tertentu, kurangnya pelatihan halal untuk staf dapur, kurangnya promosi konsep makanan halal secara aktif, belum semua staf memahami prinsip halal secara detail, prosedur penyajian belum terdokumentasi dengan baik, kurangnya pengawasan rutin terkait standar halal Keterbatasan dalam diversifikasi menu halal, belum adanya audit halal secara berkala, belum ada kolaborasi dengan lembaga halal nasional.

b. Faktor Eksternal

1. Peluang (*Opportunities*), yaitu kesempatan eksternal yang dapat dimanfaatkan oleh Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi, seperti tren pariwisata halal yang terus berkembang, meningkatnya kesadaran wisatawan muslim terhadap makanan halal, dukungan pemerintah terhadap destinasi wisata halal,

potensi kerjasama dengan travel halal dan agen umroh, peluang promosi di platform wisata halal internasional, ketersediaan pasar wisatawan dari negara mayoritas muslim, dukungan regulasi terkait sertifikasi halal nasional, pertumbuhan minat wisatawan lokal pada kuliner halal, media sosial sebagai alat promosi efektif untuk makanan halal, adanya event atau festival kuliner halal regional/nasional.

2. Ancaman (*Threats*), yaitu hal-hal dari luar yang dapat menghambat strategi penyajian makanan halal di hotel, seperti persaingan dari hotel lain dengan label halal resmi, perubahan standar sertifikasi halal yang lebih ketat, kurangnya kepercayaan tamu jika tidak ada transparansi halal, kurangnya tenaga kerja profesional di bidang dapur halal, ancaman krisis ekonomi yang memengaruhi industri wisata, regulasi baru yang belum sepenuhnya dipahami hotel, kritik dari tamu jika ditemukan ketidaksesuaian standar halal Tantangan dalam distribusi bahan makanan halal, fluktuasi harga bahan makanan halal di pasar, adanya hotel syariah lain dengan fasilitas lebih lengkap.

Tabel 4. 1

Matriks Faktor Internal dan Eksternal

Faktor Internal	**Faktor Eksternal**
Kekuatan 1. Komitmen menyajikan makanan halal sesuai syariat	**Peluang** 1. Tren pariwisata halal yang terus berkembang

Islam 2. Tim dapur yang profesional dan berpengalaman 3. Lokasi strategis dekat destinasi wisata 4. Pengalaman pelayanan yang baik terhadap tamu muslim 5. Menu halal yang bervariasi dan menarik 6. Fasilitas dapur memadai untuk penyajian halal 7. Adanya standar operasional prosedur penyajian halal 8. Manajemen mendukung pengembangan wisata halal 9. Lingkungan hotel yang bersih dan nyaman 10. Citra positif hotel di kalangan wisatawan muslim.	2. Meningkatnya kesadaran wisatawan muslim terhadap makanan halal 3. Dukungan pemerintah terhadap destinasi wisata halal 4. Potensi kerjasama dengan travel halal dan agen umroh 5. Peluang promosi di platform wisata halal internasional 6. Ketersediaan pasar wisatawan dari negara mayoritas muslim 7. Dukungan regulasi terkait sertifikasi halal nasional 8. Pertumbuhan minat wisatawan lokal pada kuliner halal 9. Media sosial sebagai alat promosi efektif untuk makanan halal 10. Adanya event atau festival kuliner halal regional/nasional.
Kelemahan 1. Belum memiliki sertifikasi halal resmi dari MUI 2. Ketergantungan pada supplier bahan makanan tertentu 3. Kurangnya pelatihan halal untuk staf dapur 4. Kurangnya promosi konsep makanan halal secara aktif 5. Belum semua staf memahami prinsip halal secara detail 6. Prosedur penyajian belum terdokumentasi dengan baik 7. Kurangnya pengawasan rutin terkait standar halal 8. Keterbatasan dalam diversifikasi menu halal 9. Belum adanya audit halal secara berkala	**Ancaman** 1. Persaingan dari hotel lain dengan label halal resmi 2. Perubahan standar sertifikasi halal yang lebih ketat 3. Kurangnya kepercayaan tamu jika tidak ada transparansi halal 4. Kurangnya tenaga kerja profesional di bidang dapur halal 5. Ancaman krisis ekonomi yang memengaruhi industri wisata 6. Regulasi baru yang belum sepenuhnya dipahami hotel 7. Kritik dari tamu jika

10. Belum ada kolaborasi dengan lembaga halal nasional.	ditemukan ketidaksesuaian standar halal 8. Tantangan dalam distribusi bahan makanan halal 9. Fluktuasi harga bahan makanan halal di pasar 10. Adanya hotel syariah lain dengan fasilitas lebih lengkap.

2. AnalisisInternal Faktor Evaluation (IFE) dan Eksternal Faktor Evaluation

Dalam analisis IFE dan EFE kita akan menilai dua buah matriks, pertama Internal Faktor Efaluation (IFE) matriks yang berguna untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keadaan perusahaan dari dalam perusahaan, yaitu pada kekuatan *(strength)* dan kelemahan *(weakness)*. Kedua Eksternal faktor Evaluation (EFE) matriks yang berguna untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan dari luar perusahaan, yaitu peluang *(opportunities)* dan ancaman *(Treaths)*. Pemberian bobot di urutkan menjadi 0,01 (sangat rendah), 0,05 (rendah), 0,10 (sedang), 0,15 (tinggi), jumlah seluruh bobot baik bagian masing-masing internal dan eksternal harus berjumlah 1,00 atau 100% sedangkan reating peringatan digunakan untuk menilai sejauh mana faktor internal dan eksternal penting atau tidak penting untuk di kembangkan. Pemberian nilai rating di urutkan yaitu 1 (tidak penting) 2

(cukup penting), 3 (penting) 4 (sangat pentimg). Secara keseluruhan nilai skor yaitu merupakan hasil kali bobotdengan rating.

a. Analisis Internal Factor Evalution (IFE)

MatriksIFE di gunakanuntukmengetahuiseberapabesarpengaruhdarifaktor-faktorinternal perusahaan. Matriks IFE menggambarkan kondisi eksternal perusahaan yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan yang di hitung berdasarkan bobot yang di ambil melaluiobservasi dan wawancara.

Tabel 4. 2

Hasil Analisis Matriks IFE

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Nilai
	Kekuatan (strength)			
1	Komitmen menyajikan makanan halal sesuai syariat Islam	0,13	4	0,52
2	Tim dapur yang profesional dan berpengalaman	0,09	4	0,36
3	Lokasi strategis dekat destinasi wisata	0,04	2	0,12
4	Pengalaman pelayanan yang baik terhadap tamu muslim	0,04	3	0,12
5	Menu halal yang bervariasi dan menarik .	0,03	4	0,09
6	Fasilitas dapur memadai untuk penyajian halal	0,03	3	0,12
7	Adanya standar operasional prosedur penyajian halal	0,03	2	0,09

8	Manajemen mendukung pengembangan wisata halal	0,03	3	0,09
9	Lingkungan hotel yang bersih dan nyaman	0,03	2	0,12
10	Citra positif hotel di kalangan wisatawan muslim	0,05	2	0,20
	Subtotal	**0,50**		**1,84**
	Kelemahan*(Weakness)*			
1	Belum memiliki sertifikasi halal resmi dari MUI	0,08	4	0,32
2	Ketergantungan pada supplier bahan makanan tertentu	0,07	4	0,28
3	Kurangnya pelatihan halal untuk staf dapur	0,06	2	0,12
4	Kurangnya promosi konsep makanan halal secara aktif	0,05	3	0,15
5	Belum semua staf memahami prinsip halal secara detail	0,05	4	0,20
6	Prosedur penyajian belum terdokumentasi dengan baik	0,05	3	0,15
7	Kurangnya pengawasan rutin terkait standar halal	0,04	2	0,08
8	Keterbatasan dalam diversifikasi menu halal	0,04	3	0,12
9	Belum adanya audit halal secara berkala	0,03	2	0,06
10	Belum ada kolaborasi dengan lembaga halal nasional	0,03	2	0,06
	Subtotal	**0,50**		**1,54**
	Total (S+W)	**1,00**		**3,38**

Dari hasilanalisis di atas pada table 4.2 dapat dilihat dari sisi internal, Matriks IFE menggambarkan strategi pengembangan strategi penyajian makanan halal untuk meningkatkan kepuasan tamu pada Hotel Grand Royal Denai Bukitinggi yang terdiri dari kekuatan (*strengths*) adalah 1,84 dan kelemahan (*weakness*) adalah 1,54 yang memanfaatkan kekuatan dan meminimalkan kelemahan

b. Analisis Matriks External Factor Evalution (EFE)

Matriks EFE di gunakanuntuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari faktor-faktor eksternal perusahaan. Matriks EFE menggambarkan kondisi eksternal perusahaan yang terdiri dari peluang dan ancaman yang di hitung berdasarkan bobot yang di ambil melalui observasi dan wawancara.

Tabel 4. 3

Hasil Analisis Matriks EFE

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Nilai
	Peluang*(Opportunities)*			
1	Tren pariwisata halal yang terus berkembang	0,10	4	0,40
2	Meningkatnya kesadaran wisatawan muslim terhadap makanan halal	0,05	3	0,15
3	Dukungan pemerintah terhadap destinasi wisata halal	0,10	4	0,40
4	Potensi kerjasama dengan travel halal dan agen umroh	0,03	2	0,06
5	Peluang promosi di platform wisata halal internasional	0,05	3	0,15
6	Ketersediaan pasar wisatawan dari	0,06	3	0,18

	negara mayoriatas muslim			
7	Dukungan regulasi terkait sertifikasi halal nasional	0,07	4	0,28
8	Pertumbuhan minat wisatawan lokal pada kuliner halal	0,02	3	0,06
9	Media sosial sebagai alat promosi efektif untuk makanan halal	0,02	3	0,06
10	Adanya event/festival kuliner halal regional/nsaional	0,02	3	0,06
	Subtotal	**0,50**		**1,76**
	Ancaman*(Threats)*			
1	Persaingan dari hotel lain dengan label halal resmi	0,09	4	0,36
2	Perubahan standar sertifikasi halal yang lebih ketat	0,08	4	0,32
3	Kurangnya kepercayaan tamu jika tidak ada transparansi halal	0,06	3	0,18
4	Kurangnya tenaga kerja profesional di bidang dapur halal	0,06	3	0,18
5	Ancaman krisis ekonomi yang mempengaruhi industri wisata	0,05	3	0,15
6	Regulasi baru yang belum sepenuhnya di pahami hotel	0,05	3	0,15
7	Kritik dari tamu jika ditemukan ketidaksesuaian standar halal	0,04	2	0,08
8	Tantangan dalam distribusi bahan makanan halal	0,04	2	0,08
9	Fluktasi harga bahan makanan halal di pasar	0,02	2	0,04
10	Adanya hotel syariah lain dengan fasilitas lebih lengkap	0,01	2	0,02
	Subtotal	**0,50**		**1,56**
	Total (O+T)	**1,00**		**3,32**

Berdasarkan hasil analisis pada matriks EFE dan IFE, dapat dilihat kondisi lingkungan internal dan eksternal dari strategi Grand Royal Denai Bukittinggi dalam meningkatkan kepuasan tamu melalui penyajian

makanan halal. Pada lingkungan internal, total skor kekuatan (*strengths*) adalah sebesar 1,84, sedangkan skor kelemahan (*weakness*) sebesar 1,54. Hal ini menunjukkan bahwa Grand Royal Denai memiliki kekuatan yang lebih besar dibandingkan kelemahannya dalam mendukung strategi penyajian makanan halal.

Sementara itu, pada aspek eksternal yang dianalisis melalui matriks EFE, diperoleh skor total untuk peluang (*opportunities*) sebesar 1,76 dan ancaman (*threats*) sebesar 1,56. Ini menggambarkan bahwa hotel memiliki peluang yang cukup besar di pasar, namun belum sepenuhnya mampu memaksimalkan potensi tersebut dalam menghadapi berbagai tantangan yang ada.

Secara keseluruhan, dari kombinasi nilai matriks IFE dan EFE dapat disimpulkan bahwa strategi peningkatan kepuasan tamu melalui penyajian makanan halal di Grand Royal Denai Bukittinggi berada dalam posisi yang cukup kuat, namun tetap perlu dioptimalkan agar dapat lebih responsif terhadap peluang pasar serta lebih siap menghadapi ancaman eksternal secara strategis.

3. Matriks SWOT

Setelah melakukan analisis IFE dan EFE, langkah selanjutnya menyusun matrik SWOT sebagai berikut:

Tabel 4. 4

Matriks SWOT

IFE	Strenght (Kekuatan) S	Weakness (Kelemahan) W

EFE	1. Komitmen menyajikan makanan halal sesuai syariat Islam 2. Tim dapur yang profesional dan berpengalaman 3. Lokasi strategis dekat destinasi wisata 4. Pengalaman pelayanan yang baik terhadap tamu muslim 5. Menu halal yang bervariasi dan menarik 6. Fasilitas dapur memadai untuk penyajian halal 7. Adanya standar operasional prosedur penyajian halal 8. Manajemen mendukung pengembangan wisata halal 9. Lingkungan hotel yang bersih dan nyaman 10. Citra positif hotel di kalangan wisatawan muslim	1. Belum memiliki sertifikasi halal resmi dari MUI 2. Ketergantungan pada supplier bahan makanan tertentu 3. Kurangnya pelatihan halal untuk staf dapur 4. Kurangnya promosi konsep makanan halal secara aktif 5. Belum semua staf memahami prinsip halal secara detail 6. Prosedur penyajian belum terdokumentasi dengan baik 7. Kurangnya pengawasan rutin terkait standar halal 8. Keterbatasan dalam diversifikasi menu halal 9. Belum adanya audit halal secara berkala 10. Belum ada kolaborasi dengan lembaga halal nasional

Oportunities(peluang)O	**SO**	**WO**
1. Tren pariwisata halal yang terus	1. Memanfaatkan komitmen menyajikan	1. Mengatasi belum adanya sertifikasi

berkembang 2. Meningkatnya kesadaran wisatawan muslim terhadap makanan halal 3. Dukungan pemerintah terhadap destinasi wisata halal 4. Potensi kerjasama dengan travel halal dan agen umroh 5. Peluang promosi di platform wisata halal internasional 6. Ketersediaan pasar wisatawan dari negara mayoriatas muslim 7. Dukungan regulasi terkait sertifikasi halal nasional 8. Pertumbuhan minat wisatawan lokal pada kuliner halal 9. Media sosial sebagai alat promosi efektif untuk makanan halal 10. Adanya event/festival kuliner halal regional/nsaional	makanan halal sesuai syariat islam dan tim dapur profesional untuk menarik wisatawan muslim yang meningkat seiring tren pariwisata halal yang berkembang 2. Mengembangkan menu halal bervariasi dan menarik, didukung fasilitas dapur memdai untuk memenuhi meningkatnya kesadaran wisatawan muslim 3. Memanfaatkan lokasi strategis dan citra positif hotel untuk memperkuat kerjasama dengan travel halal dan agen umroh serta promosi di platform wisata halal internasional 4. Dengan pengalaman pelayanan tamu musli yang baik, aktif mempromosikan dukungan regulasi dan ketersediaan pasar dari negara mayoritas muslim 5. Mengoptimalkan standar operasional prosedur penyajian halal untuk memastikan kalitas makanan halal saat mengikuti event/festival kuliner halal/nasional 6. Memangun kerjasama strategis dengan	halal resmi dan memanfaatkan dukungan pemerintah serta regulasi untuk memperoleh sertifikasi. 2. Meningkatkan pelatihan staf dapur dan manajemen agar pemahaman prinsip halal lebih mendalam, sejalan dengan tren pariwisata halal. 3. Memperbaiki prosedur penyajian dan dokumentasi halal agar lebih transparan dan efektif dalam memanfaatkan peluang promosi di platform wisata halal internasional. 4. Mengurangi ketergantungan pada supplier bahan tertentu dengan mencari sumber bahan lokal yang sesuai standar halal dan memanfaatkan pertumbuhan minat kuliner halal lokal. 5. Mengatasi kurangnya promosi konsep makanan halal secara aktif

	lembaga halal nasional untuk memperkuat sertifikasi dan kepercayaan pasar wisatawan mayoritas muslim 7. Memanfaatkan manajemen yang mendukung pengembangan wisata halal untuk mengeksplorasi potensi kerjasama dengan travel halal dan agen umroh 8. Dengan fasilitas dapur memadai, berinovasi menciptakan menu unik yang sesuai dengan pertumbuhan minat kuliner halal lokal 9. Menggunakan media sosial secara efektif untuk menampilkan lingkungan hotel yang bersih dan nayman sebgaai bagian dari promosi makanan halal 10. Memperkuat citra positif hoteldengan konsistensi komitmen halal dan pelayanan prima untuk menarik lebih banyak wisatawan muslim dari event/festival kuliner halal	dengan memanfaatkan adanya event/festival kuliner halal sebagai sarana promosi. 6. Mengurangi keterbatasan diversifikasi menu dengan inovasi produk halal untuk menarik pasar wisata halal internasional 7. Mengembangkan audit halal secara berkala untuk memastikan kepatuhan standar dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk halal. 8. Mengatasi kurangnya pengawasan rutin terkait standar halal dengan menerapkan sistem monitoring internal yang ketat untuk mendukung sertifikasi. 9. Mengatasi kurangnya tenaga kerja profesional di bidang dapur halal dengan program pelatihan dan

		rekrutmen yang berfokus pada keahlian kuliner halal. 10. Membangun kolaborasi yang lebih kuat dengan lembaga halal nasional untuk mendapatkan bimbingan dan dukungan dalam mengatasi kelemahan internal.
Threats (Ancaman) T	**ST**	**WT**
1. Persaingan dari hotel lain dengan label halal resmi 2. Perubahan standar sertifikasi halal yang lebih ketat 3. Kurangnya kepercayaan tamu jika tidak ada transparansi halal 4. Kurangnya tenaga kerja profesional di bidang dapur halal 5. Ancaman krisis ekonomi yang mempengaruhi industri wisata 6. Regulasi baru yang belum sepenuhnya di pahami hotel 7. Kritik dari tamu jika ditemukan ketidaksesuaian standar halal 8. Tantangan dalam distribusi bahan makanan halal 9. Fluktasi harga bahan	1. Mempertahankan komitmen menyajikan makanan halal sesuai syariat Islam dan meningkatkan pelayanan untuk menghadapi persaingan hotel lain dengan label halal resmi. 2. Memanfaatkan lokasi strategis dan kualitas layanan untuk menjaga kepercayaan tamu terhadap transparansi halal, meskipun ada kritik terkait ketidaksesuaian standar. 3. Dengan tim dapur profesional dan fasilitas dapur memadai, beradaptasi dengan fluktuasi harga bahan makanan dan tantangan distribusi bahan halal. 4. Menggunakan	1. Mengatasi ancaman persaingan ketat dan perubahan standar sertifikasi halal dengan mempercepat proses sertifikasi halal resmi dan meningkatkan pengawasan rutin standar halal. 2. Menangani kekurangan pelatihan SDM dan dokumentasi halal dengan program peningkatan SDM dan pengembangan sistem jaminan halal agar dapat bersaing dengan hotel syariah lain yang memiliki fasilitas lengkap. 3. Mengantisipasi

makanan halal di pasar 10. Adanya hotel syariah lain dengan fasilitas lebih lengkap	pengalaman pelayanan yang baik terhadap tamu muslim untuk membangun loyalitas, mengurangi dampak kritik tamu terkait standar halal. 5. Mengoptimalkan menu halal yang bervariasi dan menarik untuk bersaing dengan hotel syariah lain yang memiliki fasilitas lebih lengkap. 6. Dengan adanya standar operasional prosedur penyajian halal, pastikan kepatuhan terhadap regulasi baru yang belum sepenuhnya dipahami. 7. Manajemen yang mendukung pengembangan wisata halal dapat menjadi keunggulan dalam menghadapi fluktuasi harga bahan makanan halal dan keterbatasan tenaga kerja profesional. 8. Lingkungan hotel yang bersih dan nyaman serta citra positif dapat meminimalisir dampak kritik tamu terkait ketidaksesuaian standar halal. 9. Lingkungan hotel yang bersih dan nyaman serta citra positif dapat meminimalisir dampak kritik tamu	ancaman krisis ekonomi dan regulasi baru dengan perencanaan keuangan yang matang dan pembaruan prosedur yang sesuai. 4. Mengurangi ketergantungan pada supplier tunggal dengan diversifikasi sumber bahan baku halal untuk mengurangi dampak fluktuasi harga. 5. Membangun kerjasama strategis dengan lembaga halal nasional untuk mengatasi masalah sertifikasi dan meningkatkan kredibilitas di mata tamu. 6. Menerapkan sistem audit halal berkala untuk mengidentifikasi dan memperbaiki kekurangan dalam pengawasan dan prosedur penyajian. 7. Meningkatkan promosi konsep makanan halal secara aktif untuk membangun

	terkait ketidaksesuaian standar halal. 10. Komitmen menyajikan makanan halal dapat menjadi pembeda utama dalam menghadapi persaingan dari hotel syariah lain yang lebih lengkap.	kepercayaan di tengah ancaman kurangnya transparansi. 8. Melakukan diversifikasi menu halal yang lebih agresif untuk menarik pasar dan bersaing dengan hotel lain yang memiliki fasilitas lebih lengkap. 9. Meningkatkan pelatihan dan pengembangan karyawan untuk mengatasi kurangnya tenaga kerja profesional di bidang dapur halal. 10. Membangun kolaborasi dengan stakeholder lokal untuk mengatasi tantangan distribusi bahan makanan halal dan fluktuasi harga.

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi penyajian makanan halal dalam meningkatkan kepuasan tamu di Grand Royal Denai Bukittinggi ditentukan oleh kombinasi antara faktor internal dan eksternal. Kombinasi kedua faktor tersebut ditunjukkan melalui diagram hasil analisis SWOT berikut:

Strategi SO

1. Memanfaatkan komitmen menyajikan makanan halal sesuai syariat islam dan tim dapur profesional untuk menarik wisatawan muslim yang meningkat seiring tren pariwisata halal yang berkembang
2. Mengembangkan menu halal bervariasi dan menarik, didukung fasilitas dapur memdai untuk memenuhi meningkatnya kesadaran wisatawan muslim
3. Memanfaatkan lokasi strategis dan citra positif hotel untuk memperkuat kerjasama dengan travel halal dan agen umroh serta promosi di platform wisata halal internasional
4. Dengan pengalaman pelayanan tamu musli yang baik, aktif mempromosikan dukungan regulasi dan ketersediaan pasar dari negara mayoritas muslim
5. Mengoptimalkan standar operasional prosedur penyajian halal untuk memastikan kalitas makanan halal saat mengikuti event/festival kuliner halal/nasional
6. Memangun kerjasama strategis dengan lembaga halal nasional untuk memperkuat sertifikasi dan kepercayaan pasar wisatawan mayoritas muslim
7. Memanfaatkan manajemen yang mendukung pengembangan wisata halal untuk mengeksplorasi potensi kerjasama dengan travel halal dan agen umroh
8. Dengan fasilitas dapur memadai, berinovasi menciptakan menu unik yang sesuai dengan pertumbuhan minat kuliner halal lokal

9. Menggunakan media sosial secara efektif untuk menampilkan lingkungan hotel yang bersih dan nayman sebgaai bagian dari promosi makanan halal
10. Memperkuat citra positif hoteldengan konsistensi komitmen halal dan pelayanan prima untuk menarik lebih banyak wisatawan muslim dari event/festival kuliner halal

Strategi WO

1. Mengatasi belum adanya sertifikasi halal resmi dan memanfaatkan dukungan pemerintah serta regulasi untuk memperoleh sertifikasi.
2. Meningkatkan pelatihan staf dapur dan manajemen agar pemahaman prinsip halal lebih mendalam, sejalan dengan tren pariwisata halal.
3. Memperbaiki prosedur penyajian dan dokumentasi halal agar lebih transparan dan efektif dalam memanfaatkan peluang promosi di platform wisata halal internasional.
4. Mengurangi ketergantungan pada supplier bahan tertentu dengan mencari sumber bahan lokal yang sesuai standar halal dan memanfaatkan pertumbuhan minat kuliner halal lokal.
5. Mengatasi kurangnya promosi konsep makanan halal secara aktif dengan memanfaatkan adanya event/festival kuliner halal sebagai sarana promosi.
6. Mengurangi keterbatasan diversifikasi menu dengan inovasi produk halal untuk menarik pasar wisata halal internasional

7. Mengembangkan audit halal secara berkala untuk memastikan kepatuhan standar dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk halal.
8. Mengatasi kurangnya pengawasan rutin terkait standar halal dengan menerapkan sistem monitoring internal yang ketat untuk mendukung sertifikasi.
9. Mengatasi kurangnya tenaga kerja profesional di bidang dapur halal dengan program pelatihan dan rekrutmen yang berfokus pada keahlian kuliner halal.
10. Membangun kolaborasi yang lebih kuat dengan lembaga halal nasional untuk mendapatkan bimbingan dan dukungan dalam mengatasi kelemahan internal

Strategi ST

1. Mempertahankan komitmen menyajikan makanan halal sesuai syariat Islam dan meningkatkan pelayanan untuk menghadapi persaingan hotel lain dengan label halal resmi.
2. Memanfaatkan lokasi strategis dan kualitas layanan untuk menjaga kepercayaan tamu terhadap transparansi halal, meskipun ada kritik terkait ketidaksesuaian standar.
3. Dengan tim dapur profesional dan fasilitas dapur memadai, beradaptasi dengan fluktuasi harga bahan makanan dan tantangan distribusi bahan halal.

4. Menggunakan pengalaman pelayanan yang baik terhadap tamu muslim untuk membangun loyalitas, mengurangi dampak kritik tamu terkait standar halal.
5. Mengoptimalkan menu halal yang bervariasi dan menarik untuk bersaing dengan hotel syariah lain yang memiliki fasilitas lebih lengkap.
6. Dengan adanya standar operasional prosedur penyajian halal, pastikan kepatuhan terhadap regulasi baru yang belum sepenuhnya dipahami.
7. Manajemen yang mendukung pengembangan wisata halal dapat menjadi keunggulan dalam menghadapi fluktuasi harga bahan makanan halal dan keterbatasan tenaga kerja profesional.
8. Lingkungan hotel yang bersih dan nyaman serta citra positif dapat meminimalisir dampak kritik tamu terkait ketidaksesuaian standar halal.
9. Lingkungan hotel yang bersih dan nyaman serta citra positif dapat meminimalisir dampak kritik tamu terkait ketidaksesuaian standar halal.
10. Komitmen menyajikan makanan halal dapat menjadi pembeda utama dalam menghadapi persaingan dari hotel syariah lain yang lebih lengkap.

Strategi WT

1. Mengatasi ancaman persaingan ketat dan perubahan standar sertifikasi halal dengan mempercepat proses sertifikasi halal resmi dan meningkatkan pengawasan rutin standar halal.
2. Menangani kekurangan pelatihan SDM dan dokumentasi halal dengan program peningkatan SDM dan pengembangan sistem jaminan halal agar dapat bersaing dengan hotel syariah lain yang memiliki fasilitas lengkap.
3. Mengantisipasi ancaman krisis ekonomi dan regulasi baru dengan perencanaan keuangan yang matang dan pembaruan prosedur yang sesuai.
4. Mengurangi ketergantungan pada supplier tunggal dengan diversifikasi sumber bahan baku halal untuk mengurangi dampak fluktuasi harga.
5. Membangun kerjasama strategis dengan lembaga halal nasional untuk mengatasi masalah sertifikasi dan meningkatkan kredibilitas di mata tamu.
6. Menerapkan sistem audit halal berkala untuk mengidentifikasi dan memperbaiki kekurangan dalam pengawasan dan prosedur penyajian.
7. Meningkatkan promosi konsep makanan halal secara aktif untuk membangun kepercayaan di tengah ancaman kurangnya transparansi.
8. Melakukan diversifikasi menu halal yang lebih agresif untuk menarik pasar dan bersaing dengan hotel lain yang memiliki fasilitas lebih lengkap.

9. Meningkatkan pelatihan dan pengembangan karyawan untuk mengatasi kurangnya tenaga kerja profesional di bidang dapur halal.
10. Membangun kolaborasi dengan stakeholder lokal untuk mengatasi tantangan distribusi bahan makanan halal dan fluktuasi harga.

4. Analisis Total Bobot Skor

Setelahmelakukanbeberapatahapyaitu identifikasi faktor Internal dan Eksternal, IFE dan EFE. Matriks SWOT akanmembantudalammenetukan strategi untuk masa yang akandatanguntukmemperkuatpilihan strategi makaperlu di lakukananalisis strategi denganmetodebobotskorsebagaimanaterlihat pada tabel:

Tabel 4. 5

Tabel BobotSkor

Internal / **Eksternal**	**Kekuatan (S)**	**Kelemahan (W)**
Peluang (O)	**Strategi S – O** 1,84 + 1,76=3,60	**Strategi W – O** 1,54 + 1,76 =3,30
Ancaman (T)	**Strategi S – T** 1,84 + 1,56 = 3,40	**Strategi W- T** 1.54 + 1,56 =3.10

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan (data diolah)

Strategi dalam Meningkatkan Kepuasan Tamu

Berdasarkan hasil Tabel 4.5 di atas, terlihat bahwa strategi S–O (Strength–Opportunities) memiliki skor tertinggi yaitu sebesar 3,60 dibandingkan dengan kombinasi strategi lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa Grand Royal Denai Bukittinggi memiliki kekuatan internal yang cukup tinggi dan peluang eksternal yang signifikan untuk dikembangkan. Oleh karena itu, strategi yang paling tepat untuk diutamakan adalah strategi S–O, yaitu strategi yang memanfaatkan kekuatan internal guna meraih dan mengoptimalkan peluang eksternal yang ada. Adapun alternatif strategi S–O yang dapat diterapkan antara lain sebagai berikut:

1. Memanfaatkan komitmen menyajikan makanan halal sesuai syariat islam dan tim dapur profesional untuk menarik wisatawan muslim yang meningkat seiring tren pariwisata halal yang berkembang.

   Hotel ini memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan berkat komitmen kuat dalam menyajikan makanan halal sesuai syariat Islam, didukung oleh tim dapur yang sangat profesional. Hal ini krusial untuk menarik wisatawan muslim, yang jumlahnya terus meningkat seiring berkembangnya tren pariwisata halal global. Menawarkan jaminan kualitas dan kesesuaian syariah menjadi daya tarik utama bagi segmen pasar ini.
2. Mengembangkan menu halal bervariasi dan menarik, didukung fasilitas dapur memdai untuk memenuhi meningkatnya kesadaran wisatawan muslim.

Penting untuk mengembangkan menu halal yang tidak hanya sesuai syariat, tetapi juga bervariasi dan menarik, didukung oleh fasilitas dapur yang memadai. Ini akan memenuhi ekspektasi wisatawan muslim yang semakin sadar akan pentingnya aspek kuliner yang beragam dan inovatif dalam pengalaman perjalanan mereka. Variasi menu akan meningkatkan daya saing dan kepuasan tamu.

3. Memanfaatkan lokasi strategis dan citra positif hotel untuk memperkuat kerjasama dengan travel halal dan agen umroh serta promosi di platform wisata halal internasional

   Lokasi strategis dan citra positif hotel merupakan aset berharga yang harus dimanfaatkan. Ini akan memperkuat kerja sama dengan agen perjalanan halal dan agen umroh, yang merupakan saluran efektif untuk menjangkau pasar wisatawan muslim. Promosi aktif melalui platform wisata halal internasional juga esensial untuk memperluas visibilitas hotel di pasar global.

4. Dengan pengalaman pelayanan tamu musli yang baik, aktif mempromosikan dukungan regulasi dan ketersediaan pasar dari negara mayoritas muslim

   Hotel dapat secara proaktif mempromosikan pengalaman pelayanan tamu muslim yang telah terbukti baik, didukung oleh regulasi yang mendukung pariwisata halal* dan ketersediaan pasar dari negara-negara mayoritas muslim. Ini menegaskan pemahaman dan komitmen

hotel terhadap kebutuhan spesifik segmen pasar ini, sekaligus membangun kepercayaan.

5. Mengoptimalkan standar operasional prosedur penyajian halal untuk memastikan kalitas makanan halal saat mengikuti event/festival kuliner halal/nasional

   Untuk menjamin konsistensi dan kualitas, standar operasional prosedur (SOP) penyajian makanan halal harus dioptimalkan. Hal ini sangat penting untuk memastikan makanan tetap halal dan berkualitas tinggi, terutama saat hotel berpartisipasi dalam event atau festival kuliner, baik berskala halal maupun nasional, SOP yang ketat adalah kunci integritas halal.

6. Memangun kerjasama strategis dengan lembaga halal nasional untuk memperkuat sertifikasi dan kepercayaan pasar wisatawan mayoritas muslim.

   Membangun kerja sama strategis dengan lembaga halal nasional sangat krusial untuk memperkuat validitas sertifikasi halal hotel. Sertifikasi yang kredibel akan meningkatkan kepercayaan pasar wisatawan mayoritas muslim dan menjadi faktor penentu dalam keputusan mereka memilih hotel ini. Ini adalah langkah fundamental untuk kredibilitas jangka panjang.

7. Memanfaatkan manajemen yang mendukung pengembangan wisata halal untuk mengeksplorasi potensi kerjasama dengan travel halal dan agen umroh

Dukungan dari manajemen hotel terhadap pengembangan wisata halal adalah pilar utama. Manajemen yang proaktif akan mengeksplorasi potensi kerja sama lebih lanjut dengan agen perjalanan halal dan agen umroh. Dukungan ini memastikan inisiatif pariwisata halal terintegrasi penuh dalam strategi bisnis hotel dan mendapatkan alokasi sumber daya yang memadai.

8. Dengan fasilitas dapur memadai, berinovasi menciptakan menu unik yang sesuai dengan pertumbuhan minat kuliner halal lokal

   Dengan fasilitas dapur yang memadai, hotel memiliki kesempatan untuk berinovasi menciptakan menu unik yang sesuai dengan pertumbuhan minat kuliner halal lokal. Ini berarti mengembangkan hidangan yang menggabungkan cita rasa tradisional dengan prinsip halal, menawarkan pengalaman kuliner yang otentik dan menarik bagi wisatawan yang mencari keunikan lokal.

9. Menggunakan media sosial secara efektif untuk menampilkan lingkungan hotel yang bersih dan nayman sebgaai bagian dari promosi makanan halal

   Media sosial harus digunakan secara efektif untuk menampilkan lingkungan hotel yang bersih, nyaman, dan ramah muslim. Visual dan konten yang menarik akan mendukung promosi makanan halal dan membangun citra holistik hotel sebagai destinasi yang peduli terhadap kenyamanan dan nilai-nilai syariah. Ini adalah alat pemasaran yang powerful dan langsung.

10. Memperkuat citra positif hoteldengan konsistensi komitmen halal dan pelayanan prima untuk menarik lebih banyak wisatawan muslim dari event/festival kuliner halal

    Citra positif hotel dapat diperkuat secara signifikan melalui konsistensi komitmen halal dan pelayanan prima yang berkelanjutan. Dengan memberikan pengalaman yang luar biasa secara konsisten, hotel akan menarik lebih banyak wisatawan muslim, terutama dari partisipasi dalam event atau festival kuliner halal. Ini akan membangun loyalitas pelanggan dan *word of mouth* positif.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi maka dapat dikemukakan kesimpulan, bahwa strategi dalam meningkatkan kepuasan tamu melalui penyajian makanan halal sebagai berikut:

1. Memanfaatkan komitmen menyajikan makanan halal sesuai syariat islam dan tim dapur profesional untuk menarik wisatawan muslim yang meningkat seiring tren pariwisata halal yang berkembang
2. Mengembangkan menu halal bervariasi dan menarik, didukung fasilitas dapur memdai untuk memenuhi meningkatnya kesadaran wisatawan muslim
3. Memanfaatkan lokasi strategis dan citra positif hotel untuk memperkuat kerjasama dengan travel halal dan agen umroh serta promosi di platform wisata halal internasional
4. Dengan pengalaman pelayanan tamu musli yang baik, aktif mempromosikan dukungan regulasi dan ketersediaan pasar dari negara mayoritas muslim
5. Mengoptimalkan standar operasional prosedur penyajian halal untuk memastikan kalitas makanan halal saat mengikuti event/festival kuliner halal/nasional

6. Memangun kerjasama strategis dengan lembaga halal nasional untuk memperkuat sertifikasi dan kepercayaan pasar wisatawan mayoritas muslim
7. Memanfaatkan manajemen yang mendukung pengembangan wisata halal untuk mengeksplorasi potensi kerjasama dengan travel halal dan agen umroh
8. Dengan fasilitas dapur memadai, berinovasi menciptakan menu unik yang sesuai dengan pertumbuhan minat kuliner halal lokal
9. Menggunakan media sosial secara efektif untuk menampilkan lingkungan hotel yang bersih dan nayman sebgaai bagian dari promosi makanan halal
10. Memperkuat citra positif hoteldengan konsistensi komitmen halal dan pelayanan prima untuk menarik lebih banyak wisatawan muslim dari event/festival kuliner halal

Dengan implementasi strategi ini, Grand Royal Denai Bukittinggi memiliki potensi besar dalam meningkatkan kepuasan tamu khususnya segmen wisatawan muslim, sekaligus memperkuat posisinya dalam industri perhotelan berbasis halal di wilayah Sumatera Barat.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat mendukung pengembangan strategi penyajian makanan halal di Grand Royal Denai Bukittinggi:

1. Bagi Manajemen Grand Royal Denai Bukittinggi:

a. Terus meningkatkan kualitas pelayanan makanan halal melalui pelatihan berkala, dokumentasi SOP, dan pengawasan internal.
b. Mengembangkan variasi menu halal yang kreatif untuk memenuhi selera wisatawan muslim domestik maupun mancanegara.
c. Mempercepat proses sertifikasi halal resmi dari MUI agar dapat meningkatkan kepercayaan dan daya saing.
d. Meningkatkan promosi digital melalui media sosial dan bekerja sama dengan travel halal serta influencer muslim.

2. Bagi Pemerintah Daerah dan Stakeholder Terkait:
   a. Memberikan dukungan terhadap hotel-hotel yang berkomitmen menerapkan standar halal dengan memfasilitasi sertifikasi dan pelatihan.
   b. Mendorong kolaborasi antara pemerintah, LPPOM MUI, pelaku pariwisata, dan hotel syariah untuk memperkuat ekosistem wisata halal di Bukittinggi.
   c. Memasukkan hotel-hotel halal ke dalam paket promosi wisata daerah secara resmi untuk meningkatkan eksposur pasar.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya

   Penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk pengembangan riset dengan objek yang berbeda, seperti hotel syariah lainnya di Sumatera Barat atau wilayah lain. Peneliti juga dapat mengeksplorasi pengaruh langsung strategi halal terhadap loyalitas tamu dan kepuasan pelanggan melalui pendekatan kuantitatif atau kombinasi metode lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad, Rozaq Fakhtian. *"Materi Ajar: Makanan Minuman Halal dan Haram Kelas VIII MTS."* Malang, 19 Desember 2018.

Aliyul Wafa, et al. Fiqih. *Jombang: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat \[LPPM], Universitas KH. A*. Wahab Hasbullah, 2023.

Ashoer, Muhammad, et al. *Ekonomi Pariwisata*. Yogyakarta: Yayasan Kita Menulis, 2021.

Azzochrah, Nurul, Nurhafni Aprilia, dan Fitri Wulandari. *"Memilih Makanan Halal di Daerah Minoritas: Bukti Empiris pada Forum Jual Beli Online Facebook GPI."* Maqrizi: Journal of Economics and Islamic Economics 3, no. 1 (2023).

Chandra, T., dkk. *Service Quality, Consumer Satisfaction, dan Customer Loyalty:* Tinjauan Teoritis. Malang: CV IRDH, 2020.

Ebby Saputra, Executive Chef. *Wawancara pribadi*. Dapur Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi, 13 Juli 2025, pukul 15.00–15.20.

Elvera, dan Yesita Astarina. *Metodologi Penelitian*. 1st ed. Yogyakarta: Andi (Anggota KAPI), 2021.

Harahap, N. *Penelitian Kualitatif*. Medan: Wal Ashri Publishing, 2020.

Hasan, Samsurijal, Syaifullah, dkk. *Manajemen Strategi*. Jawa Tengah: CV Pena Persada, 2021.

Hermanto, A., dan R. Yuhani'ah. *Fiqih Makanan Minuman Kontemporer*. Malang: CV Literasi Nusantara Abadi, 2024.

Hulfa, Ihyana, et al. *Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*. Kabupaten Badung, Bali: Intelektual Manifes Media, 2024.

Husain Nasution, pengunjung tamu restoran. *Wawancara pribadi*. Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi, 13 Juli 2025, pukul 09.30.

Isniati, Fajriansyah. *Manajemen Strategik*. Yogyakarta: Cv. Andi Offest, 2019.

Janitra, Muhammad Rayhan. *Hotel Syariah: Konsep dan Penerapan*. Depok: Rajawali Pers, 2017.

Januardin, et al. *Kepuasan Pelanggan*. Medan: UNPRI Press, 2021.

Jaya, I. M. L. M. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif.* Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020.

Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an dan Badan Litbang Kementerian Agama RI. *Makanan dan Minuman dalam Perspektif Al-Qur'an dan Sains*. Jakarta Timur: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2020.

Mujito. *Manajemen Strategik*: Dengan Pendekatan Analisis SWOT. Banyumas: Wawasan Ilmu, 2023.

Musawar, Prof. Dr. H. *Pariwisata Syariah dalam Sorotan*. Mataram: Sanabil, 2023.

Napu, D. M., et al. *Pengantar Bisnis Pariwisata: Perhotelan, Food and Beverage Service, dan Pengembangan Destinasi Wisata. Kabupaten Badung*, Bali: Intelektual Manifes Media, 2023.

Nizar, Muhammad, et al. *Mengembangkan Pariwisata Halal di Indonesia.* Pasuruan: Yayasan Pesantren Kontemporer Al-Hilmu, 2023.

Pratiwi, K. S., P. I. Rahmawati, dan N. D. Andiani. *"Strategi Chef De Partie Hot Kitchen dalam Meningkatkan Kualitas Makanan di Discovery Kartika Plaza Hotel*." 2019.

Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015.

Rifa'i, K. *Kepuasan Konsumen*. Jember, Jawa Timur: UIN Khas Press, 2023.

Rita Hasibuan, *pengunjung tamu restoran*. Wawancara pribadi. Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi, 13 Juli 2025, pukul 11.00–11.30.

Riswanto, A., et al. *Strategi Manajemen*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024.

Riyanto, Slamet, Muh Nur Luthfi Azis, dkk. *Analisis SWOT sebagai Penyusun Strategi Organisasi.* Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, 2021.

Syufa'at, dan A. Zayyadi. *Islamic Tourism (Potensi dan Strategi Pengembangan Pariwisata Syariah)*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2022.

Tyaswening, Elviani, dan Rina Kuntari. *Dasar-Dasar Perhotelan*. Jakarta Selatan: Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, 2023.

Winengan. *Industri Pariwisata Halal (Konsep dan Formulasi Kebijakan Lokal).* Mataram: UIN Mataram Press, 2020.

Yuka Wulandari, Commis. *Wawancara pribadi*. Dapur Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi, 13 Juli 2025, pukul 13.00–13.30.

LAMPIRAN DOKUMENTASI

1. Dokumentasi di Grand Royal Denai Hotel

a. Kitchen






b. Restoran







2. Wawancara dengan Bapak Husain Nasution dan Rita Hasibuan Selaku Tamu Hotel yang Makan di Restoran Hotel Grand Royal Denai Bukitinggi




3. **Wawancara dengan Bapak Ebby Saputra Selaku Executive Chefdi Hotel Grand Royal Denai Bukitinggi**



4. **Dokumentasi dengan Ibu Winda selaku HRD di Hotel Grand Royal Denai Bukitinggi**



Berkas Lampiran

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI
Nomor : 463.13/Un.26.3/HK.00.5/012/2024

Tentang

Penunjukan Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa Program Studi S1 Pariwisata Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Membaca : Lembaran Pengajuan Judul Proposal Skripsi dan Penetapan Pembimbing oleh Ketua Program S1 Pariwisata Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi an. **Mitha Arisoepraba** NIM**. 3521047** tanggal 09 Desember 2024;

Menimbang :
a. bahwa untuk lebih terarah dan terkoordinirnya penulisan Skripsi mahasiswa UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, maka perlu ada Pembimbing.
b. bahwa nama yang tersebut dibawah ini, dipandang cakap dan mampu untuk diangkat sebagai Pembimbing.

Mengingat :
1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 47, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 4286);
2 Undang-Undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 158, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 5336);
3 Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 16, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 5500);
4 Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2019 tentang Pendidikan Tinggi Keagamaan, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 120, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 6263);
5 Peraturan Presiden RI No. 85 Tahun 2022 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi menjadi Universitas Islam Negeri Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 135).
6 Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 76 Tahun 2022 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi (Berita Negara Republik IndonesiaTahun 2022 Nomor 1233);
7 Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 83 Tahun 2022 tentang Statuta Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 1288);

MEMUTUSKAN

Menetapkan :
Pertama : Menyetujui Outlines, Daftar Kepustakaan bagi Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul **" Strategi Grand Royal Denai Bukittinggi dalam Meningkatkan Kepuasan Tamu Melalui Penyajian Makanan Halal"**

Kedua : Menunjuk saudara :

Nama	:	**H. Harfandi, SE, M.Si**
NIP	:	196211101999031001
Pangkat/Gol.Ruang	:	Pembina Utama Muda / IV/c/ Lektor Kepala
Bidang Keahlian Pokok	:	Ilmu Ekonomi
Memberi Mata Kuliah	:	Manajemen Operasional Bank Syariah
Untuk Tugas	:	Pembimbing

Ketiga : Masa penulisan skripsi minimal selama 4 (empat) bulan sejak SK Pembimbing dikeluarkan.

Keempat : Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini, akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bukittinggi
Pada Tanggal : 09 Desember 2024
Dekan,

AIDI

Tembusan :
1. Pembimbing;
2. Mahasiswa yang bersangkutan

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Kampus II : Jalan Gurun Aur Kubang Putih
Kabupaten Agam - Sumatera Barat - Telpon / Fax : (0752) 22875
Website : https://febi.uinbukittinggi.ac.id | Email : febi@uinbukittinggi.ac.id

Nomor : B-0776/Un.26.3/PP.07/05/2025 05 Mei 2025
Lamp. : -
Hal : **Mohon Izin Penelitian**

Yth. Pimpinan Hotel Grand Royal Denai
Kota Bukittinggi

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat, dalam rangka mengumpulkan data untuk penyusunan skripsi bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, kami harapkan bapak/ibu untuk dapat kiranya memberi kesempatan melakukan penelitian kepada mahasiswa dibawah ini:

Nama	: **Mitha Arisoepraba**
NIM	: 3521047
Semester	: VIII (Delapan)
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi	: Pariwisata Syariah S1
Judul Skripsi	: ***"Strategi Grand Royal Denai Bukittinggi Dalam Meningkatkan Kepuasan Tamu Melalui Penyajian Makanan Halal"***
Lokasi Penelitian	: Hotel Grand Royal Denai Kota Bukittinggi
Waktu	: 05 Mei s.d 05 Juni 2025

Demikian disampaikan, atas bantuannya diaturkan terima kasih.

Wassalam
Dekan

Dr. H. Aidil Alfin, M.Ag
NIP. 197205201999031007

HOTEL
GRAND ROYAL DENAI

Bukittinggi, 30 Mei 2025

No : 003/OL/HR-RDG/V/ 2025
Hal : Izin Penelitian

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan surat yang kami terima tanggal 05 Mei 2025 dengan Nomor Surat B-0775/UN.26.3/PP.07/05/2025 tertanggal 05 Mei 2025 mengenai Izin Penelitian di Grand Royal Denai, dengan ini kami memberikan izin kepada :

Nama	: MITHA ARISOEPRABA
NIM	: 3521047
Semester	: VIII (Delapan)
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi	: Pariwisata Syariah S1
Judul Penelitian	: " Strategi Grand Royal Denai Bukittinggi Dalam Meningkatkan Kepuasan Tamu Melalui Penyajian Makanan Halal "
Lokasi Penelitian	: Grand Royal Denai Hotel Bukittinggi
Waktu Penelitian	: 05 Mei 2025– 05 Juni 2025

Demikian disampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

Hormat Kami,
ROYAL DENAI GROUP BUKITTINGGI

Royal Denai
TELP 0752 329

WINDA SARI
HR MANAGER

Jl. Yos Sudarso No. 5. 6. 7. Bukittinggi, West Sumatera - Indonesia
Phone : +62 752 8100535. 8100536. 8100539. 8100540 email : grandroyaldenai@gmail.com

PEDOMAN WAWANCARA

KEKUATAN

A. Untuk Narasumber Customer/Tamu Restoran

1. Menurut Bapak/Ibu, aspek apa yang paling Bapak/Ibu nikmati dari makanan halal yang disajikan di Grand Royal Denai?
2. Apakah rasa dan kualitas makanan yang Bapak/Ibu rasakan tetap sama baiknya setiap kali berkunjung ke hotel ini?
3. Bagaimana kesan Bapak/Ibu terhadap kebersihan dan kenyamanan area makan di hotel ini?
4. Apakah Bapak/Ibu merasa pelayanan staf hotel dalam menyajikan makanan halal sangat responsif dan membantu?
5. Sejauh mana komitmen hotel terhadap penyajian makanan halal memengaruhi keputusan Bapak/Ibu untuk kembali menginap/makan di sini?

B. Untuk Narasumber Staff Kitchen/Jajaran Kitchen

6. Bagaimana prosedur pemilihan bahan makanan di kitchen Grand Royal Denai memastikan seluruh bahan yang digunakan adalah halal dan berkualitas tinggi?
7. SOP apa saja yang diterapkan dalam proses memasak untuk memastikan semua sesuai dengan prinsip syariat Islam?
8. Bagaimana tim kitchen memastikan konsistensi dalam menjaga cita rasa dan kualitas makanan halal yang disajikan setiap hari?
9. Sejauh mana pelatihan internal tentang penyajian makanan halal telah meningkatkan kompetensi staf dapur?
10. Bagaimana hotel memanfaatkan fasilitas dapur yang memadai untuk mendukung penyajian makanan halal?

KELEMAHAN

A. Untuk Narasumber Customer/Tamu Restoran

1. Jika pernah ada pengalaman kurang menyenangkan saat makan di sini, menurut Bapak/Ibu apakah hal itu masih bisa diperbaiki oleh pihak hotel?
2. Menurut Bapak/Ibu, apa saja yang perlu ditingkatkan dari segi pelayanan restoran agar pengalaman makan makanan halal lebih baik?
3. Apakah Bapak/Ibu pernah merasa ada inkonsistensi dalam kualitas atau pelayanan makanan halal? Jika ya, apa contohnya?
4. Apakah Bapak/Ibu memiliki saran untuk diversifikasi menu makanan halal agar lebih menarik?
5. Apakah ada aspek dari fasilitas restoran yang menurut Bapak/Ibu kurang mendukung kenyamanan dalam menyantap makanan halal?

B. Untuk Narasumber Staff Kitchen/Jajaran Kitchen

1. Kendala apa saja yang dihadapi kitchen dalam mendapatkan bahan baku halal dari supplier yang konsisten dan terjamin kualitasnya?
2. Apakah ada upaya atau rencana untuk mendapatkan sertifikasi halal resmi dari MUI dalam waktu dekat? Kendala apa yang menghambat proses ini?
3. Seberapa sering pengawasan rutin terhadap standar halal dilakukan di dapur, dan apakah ada tantangan dalam pelaksanaannya?
4. Apakah semua staf dapur telah memahami dan menerapkan prinsip halal secara detail dalam setiap proses? Jika tidak, apa kendalanya?
5. Apakah terdapat prosedur yang belum didokumentasikan dengan baik terkait penyajian makanan halal yang dapat menyebabkan inkonsistensi?

PELUANG

A. Untuk Narasumber Customer/Tamu Restoran

1. Seberapa penting sertifikasi halal bagi Bapak/Ibu dalam memilih tempat makan/menginap?
2. Apakah ada jenis promosi atau informasi yang dapat meningkatkan minat Bapak/Ibu terhadap makanan halal di hotel ini?

3. Bagaimana hotel melihat potensi peningkatan jumlah wisatawan muslim di Bukittinggi dan bagaimana cara memanfaatkannya?
4. Tren pariwisata halal terus berkembang; bagaimana hotel berencana untuk beradaptasi dan mengambil keuntungan dari tren ini?
5. Bagaimana potensi kerjasama dengan lembaga halal nasional atau pemerintah dapat diperkuat untuk meningkatkan citra dan kepercayaan konsumen?

B. Untuk Narasumber Staff Kitchen/Jajaran Kitchen

6. Apakah ada rencana untuk melakukan promosi makanan halal yang lebih efektif melalui media sosial atau platform online lainnya
7. Bagaimana hotel dapat meningkatkan kesadaran wisatawan mengenai makanan halal yang disajikan di sini
8. Apakah ada rencana untuk berpartisipasi dalam event kuliner halal regional/nasional untuk meningkatkan visibilitas?
9. Menurut Anda, apakah ada peluang untuk mengembangkan menu makanan halal yang lebih beragam dan inovatif untuk menarik segmen pasar yang lebih luas?
10. Bagaimana hotel dapat meningkatkan daya tarik bagi wisatawan mancanegara yang mencari pengalaman makanan halal otentik?

ANCAMAN

A. Untuk Narasumber Customer/Tamu Restoran

1. Sejauh mana ketiadaan sertifikasi halal resmi dari MUI memengaruhi kepercayaan Bapak/Ibu terhadap kehalalan makanan hotel ini dibandingkan kompetitor lain?
2. Apakah fluktuasi harga bahan makanan di pasar mempengaruhi keputusan Bapak/Ibu dalam memilih tempat makan?
3. Bagaimana hotel menghadapi persaingan dari hotel atau restoran lain di Bukittinggi yang sudah memiliki label halal resmi atau reputasi yang kuat?

4. Apa dampak dari perubahan standar atau regulasi terkait makanan halal yang lebih ketat terhadap operasional kitchen?
5. Bagaimana hotel menjaga transparansi mengenai kehalalan makanan untuk mencegah keraguan atau komplain dari tamu?

B. Untuk Narasumber Staff Kitchen/Jajaran Kitchen

6. Apakah hotel memiliki strategi untuk mengatasi fluktuasi harga bahan makanan halal di pasar yang dapat mempengaruhi biaya produksi?
7. Apakah ada kekurangan tenaga kerja profesional di bidang dapur halal yang menjadi kendala operasional hotel?
8. Bagaimana hotel mempersiapkan diri menghadapi ancaman krisis kesehatan atau keamanan pangan yang mungkin memengaruhi industri?
9. Apakah ada tantangan dalam adaptasi terhadap regulasi baru yang belum sepenuhnya dipahami hotel terkait makanan halal?
10. Bagaimana hotel dapat mengatasi persepsi negatif atau ketidaksesuaian standar halal dari pihak luar yang mungkin muncul?