

**TUGAS AKHIR**

**STRATEGI IMPLEMENTASI HOTEL SYARIAH  
MENGUNAKAN SWOT DAN TOPSIS  
STUDI KASUS : HOTEL AL-MADINAH BANGKINANG**



**NAMA : ANDRIAN SAPUTRA**

**NIM : 1726201003**

**PROGRAM STUDI S1 TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS PAHLAWAN TUANKU TAMBUSAI  
2021**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Sekarang pertumbuhan ekonomi yang sangat cepat, menyebabkan persaingan di dalam dunia bisnis juga sangat cepat. Persaingan ini juga dialami oleh bisnis yang bergerak pada bidang pariwisata halal, salah satunya hotel syariah, dimana bidang ini mengalami persaingan yang sangat ketat seiring dengan meningkatnya jumlah wisatawan muslim mancanegara yang datang ke Indonesia. Strategi operasi dapat dilakukan perusahaan untuk mengantisipasi persaingan dengan melihat strategi yang dimilikinya. Sebuah perusahaan untuk mencapai rencana induk yang komprehensif guna mencapai tujuan dan misi ialah dengan strategi (Tanjung et al, 2018).

Menurut laporan *Global Islamic Economy Indicator 2018/2019* dalam komite nasional ekonomi dan keuangan syariah, (2020) pariwisata ramah muslim memberikan kontribusi sebesar 10.40% kepada GDP (*Gross Domestic Product*) di tingkat global. Memperhatikan potensi di bidang ini yang terus bertumbuh, semakin banyak negara yang berkompetisi untuk membuat paket tempat wisata dan *tour* yang berstandar halal untuk menarik wisatawan muslim mancanegara.

Penelitian mengenai strategi ini sudah pernah dilakukan oleh (Abiddin et al, 2017) dengan judul (Pemilihan Strategi Pemasaran Dengan Metode SWOT dan TOPSIS) Studi kasus pada CV. X Kabupaten Trenggalek. Tujuan utama dari penelitian ini pemasaran perusahaan yaitu meningkatkan profit

penjualan produk pupuk non subsidi varian NPK Kebomas. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Firdayanti et al, 2020) dengan penerapan metode SWOT dan TOPSIS bertujuan untuk menganalisis kondisi lingkungan *internal* dan *eksternal* DNI *Skin Center*, merumuskan strategi dan menetapkan prioritas strategi pengembangan bisnis DNI *Skin Center*.

Kabupaten Kampar memiliki penduduk mayoritas umat Islam dan mempunyai julukan Kampar Serambi Makkah yang bernuansa keagamaan, keimanan, pendidikan, sosial budaya dan sebagainya. Industri perhotelan saat sekarang ini masih banyak yang belum menerapkan konsep syariah yang memuat hukum dan aturan Islam. Adapun untuk mengetahui jumlah penduduk menurut agama dan kepercayaan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1 Data Penduduk Kabupaten atau kota di Kabupaten Kampar menurut agama dan kepercayaan.

No	Agama	Jenis Kelamin				Penduduk	
		Laki-Laki		Perempuan		(JIWA)	(% )
		n(JIWA)	(%)	n(JIWA)	(%)		
1	ISLAM	338.119	45.57	318.581	42.93	656.700	88.50
2	KRISTEN	40.529	5.46	36.875	4.97	77.404	10.43
3	KATHOLIK	3.908	0.53	3.631	0.49	7.539	1.02
4	HINDU	34		27		61	0.01
5	BUDHA	158	0.02	172	0.02	330	0.04
6	KHONGHUCU			1		1	
7	KEPERCAYAAN	8		6		14	
	<b>JUMLAH</b>	<b>382.758</b>	<b>51.58</b>	<b>350.293</b>	<b>48.42</b>	<b>742.049</b>	<b>100.00</b>

Sumber: (DKB PDAK PUSAT) (Penduduk et al. 2017)

Dari tabel yang disajikan diatas dapat diketahui bahwa di Kabupaten Kampar penduduk yang beragama Islam itu sebanyak 338.119 jiwa dengan 45.57% laki-laki dan 318.581 dengan 42.93% perempuan, sehingga kalau ditotalkan

penduduk yang beragama Islam di Kampar itu sebanyak 656.700 dengan persentase 88.50%.

Hotel syariah adalah hotel yang pengoperasiannya sama dengan hotel konvensional, tetapi aspek operasional dari hotel syariah harus disesuaikan untuk mematuhi prinsip syariat Islam (Tanjung et al, 2018). Dalam perkembangan pariwisata halal, peraturan menteri pariwisata dan ekonomi kreatif Indonesia No. 2 Tahun 2014 tentang pedoman penyelenggaraan usaha hotel syariah, pasal 1, yang dimaksud syariah adalah prinsip-prinsip hukum Islam sebagaimana yang diatur fatwa dan atau telah disetujui oleh majelis ulama Indonesia (Aritonang, 2020).

Hotel Al-Madinah merupakan hotel yang berdiri dengan menjalankan prinsip-prinsip syariah. Hotel Al-Madinah yang berlokasi di kawasan pusat kota ini memiliki keunikan tersendiri dari hotel-hotel lainnya. Hal yang membedakan hotel Al-Madinah dengan hotel-hotel lainnya adalah penginapan yang bernuansa islami seperti pelayanan dan fasilitas yang diberikan mencerminkan nilai islami dan bernuansa religi. Mekanisme dari proses *chek in* yaitu jika ada pasangan yang ingin menginap harus menunjukkan kartu identitas sebagai tanda pasangan tersebut sudah sah menjadi suami-istri, semua karyawan mengenakan busana yang menutup aurat, dan sopan. Hotel juga menyediakan makanan dan minuman yang tentunya halal.

Dengan nuansa religi dan nilai islami tersebut, hotel Al-Madinah diharapkan tetap dapat memberikan kenyamanan dan pelayanan yang

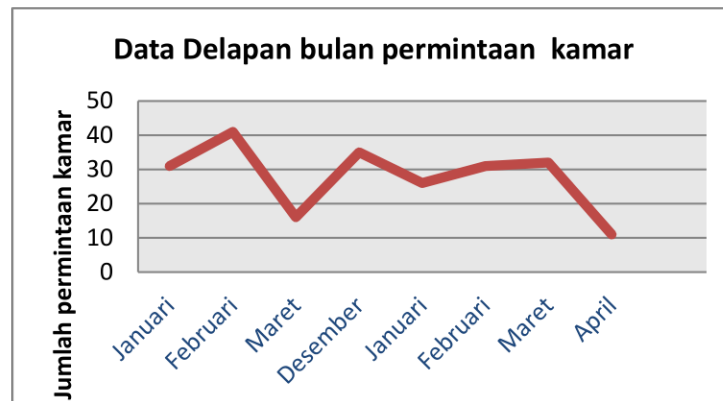
maksimal kepada konsumennya, tetapi apakah dari pihak manajemen perhotelan ini dapat menyusun strategi dan program yang tepat dalam rangka memanfaatkan peluang yang ada untuk mempertahankan konsumen dan memenangkan persaingan, sedangkan mulai banyak bermunculan baik hotel konvensional, maupun hotel yang berkonsepkan syariah serta banyak dari masyarakat belum paham dengan hotel syariah, bahkan banyak yang belum mengenalnya.

Mengingat keunikan tersebut, hotel Al-Madinah berani memposisikan diri sebagai penyedia jasa akomodasi yang berdasarkan pada prinsip-prinsip syariah dan menggunakan strategi pemasarannya yang berbasis syariah. Adapun data permintaan kamar hotel dari bulan Januari 2020 sampai dengan bulan April 2021 dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.2 Data permintaan kamar hotel dari bulan Januari 2020/2021

No	Bulan	Jumlah Kamar terpakai
1	Januari	31
2	Februari	41
3	Maret	16
4	Desember	35
5	Januari	26
6	Februari	31
7	Maret	32
8	April	11

Sumber: (Hotel Al-Madinah, 2021)



Grafik 1.1 Data Delapan bulan permintaan kamar 2020/2021

Sumber: (Pengolahan data skunder 2021)

Dari data yang disajikan diatas dapat diketahui bahwa terjadi kenaikan dan penurunan permintaan kamar. Pada bulan Januari permintaan kamar sebanyak 31, bulan Februari 10 kamar, bulan Maret 16 kamar, bulan Desember 35 kamar, bulan Januari 26 kamar, bulan Februari 31 kamar, bulan Maret 32 kamar dan pada bulan April 11 kamar. Hal yang menyebabkan terjadinya penurunan karna dampak yang ditimbulkan oleh wabah virus Covid-19, sehingga tidak banyak tamu yang menginap, untuk itu perlu dilakukan pengambilan strategi yang tepat supaya kedepanya terjadi peningkatan permintaan kamar.

Kabupaten Kampar terdapat juga 16 jasa hotel atau penginapan yang terletak di beberapa daerah. Salah satu hotel yang ada di Kampar ialah hotel Al-Madinah beralamat di Jl. Pramuka No, 11 Kelurahan Langgini Kecamatan Bangkinang. Adapun data rekapan hotel atau penginapan di Kabupaten Kampar dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.3 Data rekap hotel (penginapan) di Kabupaten Kampar

No	Nama	Alamat	Jenis Hotel (Bintang)
1	Labersa Grand Hotel And Convention Centre	Jl. Parit Indah No Kec Siak Hulu	*****
2	Sr Altha Hotel	Jl. Prof M Yamin Kel. Langgini Kec. Bangkinang Kota	***
3	Tiga Dara Hotel	Jl Pusediklat, Desa Kubang Jaya, Kec. Bangkinang Kota	***
4	Bangkinang Baru Hotel	Jl. DI Panjaitan No.74 Langgini Bangkinang	*
5	Hotel Stanum Resort PD Kampar aneka Karya	Jl. Sudirman No 24A, Kel Langgini, Kec Bangkinang	Melati
6	Angga Wisma	Jl. A. Yani No. 12, Kel Langgini, Kec Bangkinang 28412	Melati
7	Bangkinang Baru Wisma	Jl. DI Panjaitan No.74 Langgini Bangkinang	Melati
8	Langgini Wisma	Jl. Prof. M. Yamin Kel. Langgini Kec Bangkinang Kota 28412	Melati
9	Pantian Ragi Wisma	Jl. Sungai Kampar No.20 Kel Langgini Kec. Bangkinang 28412	Melati
10	Samudra Wisma	Jl. M. Yamin No.27, Kel Langgini, Kec Bangkinang 28411	Melati
11	Almadinah Hotel	Jl. Pramuka No.11, Kel Langgini, Kec Bangkinang 28412	Melati
12	Hotel Nirvana	Jl. Datuk Tabano, Kel Langgini Kec Bangkinang	Melati
13	Flamboyan Yadi Peng	Desa Tanjung Sawit, Desa Tapung Kec Tapung	Melati
14	Keluarga Penginapan	Dusun 2, Desa Petapahan Kec Tapung	Melati
15	Dian Wisma	Jl. Sudirman No.45, Kel Langgini Kec Bangkinang 28412	Melati
16	Grand Madina Hotel	Jl Kubang Raya, Kel Tuah Karya Kec Tampan	Melati

Sumber: Direktori Hotel dan Jasa Akomodasi Provinsi Riau 2019 (Anon 2019)

Dari tabel yang disajikan diatas dapat diketahui bahwa terdapat 16 hotel atau penginapan ada di kabupaten Kampar mayoritas tergolong hotel dengan pengelolaan konvensional, dan masih minimnya yang menerapkan konsep syariah kedalam operasionalnya.

Tujuan diterapkannya konsep syariah pada hotel Al-Madinah ini supaya manajemen dapat menjalankan seluruh aktivitas yang dilakukan dengan norma-norma keimanan, serta setiap sikap orang yang ikut serta pada suatu aktivitas yang didasari oleh norma tauhid, untuk itu diharapkan sikapnya dapat terkendali serta terhindar dari manipulasi, persekongkolan dan nepotisme, sebab memahami akan diamati oleh Allah SWT dan Malaikat yang akan mencatat segala amal perbuatan baik ataupun buruk.

Penelitian ini memerlukan analisis terhadap implementasi strategi hotel syariah. Beberapa metode yang bisa digunakan dalam mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman disebuah perusahaan salah satunya adalah SWOT. SWOT merupakan salah satu metode analisis yang dapat digunakan untuk mengungkapkan kekuatan dan kelemahan suatu organisasi, menganalisis peluang perbaikan serta ancaman dengan melihat kondisi *internal* dan *eksternal* yang ada di lingkungan industri (Tanjung et al, 2018).

Metode SWOT hanya mampu mengungkapkan kondisi *internal* dan *eksternal* yang ada di lingkungan industri, maka untuk mengambil keputusan lebih lanjut perlu menggunakan metode TOPSIS (*Technique For Order Preference by Similarity to Ideal Solution*). TOPSIS adalah salah satu metode



pengambilan keputusan multikriteria atau alternatif pilihan merupakan alternatif yang mempunyai jarak terkecil dari solusi ideal positif dan jarak terbesar dari solusi ideal negatif dari sudut pandang geometris dengan menggunakan jarak euclidean (Muzakkir, 2017).

Masalah yang dihadapi hotel syariah adalah banyak masyarakat lain berpikir bahwa hotel syariah hanya untuk orang Islam bukan untuk orang non Islam dan masih kurang promosi yang dilakukan oleh hotel syariah untuk menarik masyarakat. Hal tersebut menjadi sebuah tantangan tersendiri bagi hotel syariah untuk lebih mengembangkan lagi usahanya untuk menjadi lebih baik lagi (Savira, 2013).

Dalam penelitian ini perlu mengintegrasikan metode SWOT dan TOPSIS yang diharapkan dapat mengimplementasikan pada industri yang bergerak dibidang jasa (pelayanan). Setelah nantinya selesai pengolahan data dengan metode SWOT dan TOPSIS maka didapatkan sebuah keputusan kriteria yang memiliki prioritas yang paling tinggi akan dijadikan pertimbangan bagi manajemen dan membuat rekomendasi serta implementasi hotel syariah terhadap perusahaan.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis bermaksud mengangkat judul “Strategi Implementaasi Hotel Syariah Menggunakan SWOT dan TOPSIS Studi Kasus : Hotel Al Madinah Bangkinang.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis dapat memperoleh rumusan masalah. Adapun rumusan masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana menganalisis indikator yang berpengaruh dalam menentukan strategi hotel syariah menggunakan metode SWOT ?
2. Bagaimana memilih strategi yang paling dominan untuk implementasi hotel syariah menggunakan metode TOPSIS ?
3. Bagaimana membuat rekomendasi usaha hotel syariah dan implementasi hotel Al-Madinah ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Dalam melakukan sebuah penelitian, perlu ditentukan terlebih dahulu tujuan agar tidak kehilangan arah dalam melakukan penelitian. Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui indikator yang berpengaruh dalam menentukan strategi hotel syariah menggunakan metode SWOT.
2. Untuk memilih strategi yang paling dominan yang sudah didapatkan dari metode SWOT dengan metode TOPSIS.
3. Untuk memberikan usulan rekomendasi usaha hotel syariah dan melihat implementasinya pada hotel Al-Madinah.

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan akan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan dan berhubungan dengan objek penelitian antara lain :

### 1. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi peneliti dan dapat mengaplikasikan ilmu dari bangku perkuliahan ke dalam aspek yang nyata.

### 2. Bagi Perusahaan

Diharapkan dari penelitian yang dilakukan untuk dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan berkaitan dengan analisis strategi implementasi hotel syariah.

### 3. Bagi Universitas

Sebagai pembendaharaan perpustakaan yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa yang mengadakan penelitian dengan permasalahan yang serupa dan menjadi bahan penelitian lebih lanjut dimasa yang akan datang.

## **E. Batasan Masalah**

Batasan masalah adalah ruang lingkup masalah atau upaya membatasi ruang lingkup masalah yang terlalu luas atau lebar sehingga penelitian itu lebih bisa fokus untuk dilakukan. Hal ini dilakukan agar pembahasannya tidak terlalu luas kepada aspek-aspek yang jauh dari relevansi sehingga penelitian ini bisa lebih fokus untuk dilakukan. Adapun batasan masalah pada penelitian ini adalah tidak peneliti tidak membahas mengenai finansial hotel, penelitian ini hanya berfokus kepada pembahasan strategi implementasi hotel syariah.

## **BAB II**

### **TINJAUAN KEPUSTAKAAN**

#### **A. Tinjauan Pustaka**

##### **1. Pengertian Hotel**

Suatu perusahaan yang dikelola oleh pemilik dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang melaksanakan perjalanan dan sanggup membayar dengan jumlah yang wajar sebanding dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian tertentu disebut dengan hotel (Hana 2018).

##### **2. Pengertian Hotel Syariah**

Hotel syariah adalah hotel yang menerapkan syariah ke dalam kegiatan operasional hotel. Manajemen dapat memunculkan konsep syariah berupa moto, logo, ornamen interior, fasilitas kamar, fasilitas hotel maupun seragam atau pakaian yang dikenakan para karyawan hotel. Penyajian fasilitas hotel syariah berupa kamar-kamar di dalam suatu bangunan yang dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan makan dan minum, kegiatan hiburan dan fasilitas lainnya secara harian dengan tujuan memperoleh keuntungan, dengan menjalankan kaidah hukum Islam dan memenuhi kriteria usaha hotel syariah sebagaimana yang diatur fatwa dan telah disepakati oleh majelis ulama Indonesia (MUI) (Shidqi 2016).

Dalam pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa hotel syariah adalah hotel yang dalam penyediaan, pengadaan dan penggunaan produk serta fasilitas yang dalam operasional usahanya meliputi sisi keuangan, etika,

kegiatan hiburan, tata letak dan tata kelola perusahaan yang sesuai dengan prinsip syariah serta tidak hanya diperuntukan bagi muslim saja namun untuk seluruh kalangan masyarakat baik muslim maupun non-muslim, dan telah memenuhi kriteria hotel syariah (Shidqi 2016).

Secara ringkas kriteria usaha hotel syariah dapat digambarkan sebagai berikut:

- a. Tidak menyediakan suatu produk atau jasa yang yang dilarang oleh syariah, seperti makanan yang mengandung unsur daging babi, minuman beralkohol, perzinaan, pornografi, pornoaksi dan lain-lain.
- b. Tidak ada kemudharatan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam suatu tindakan atau hal yang dilarang oleh syariah
- c. Tidak ada unsur kecurangan, kebohongan, ketidakjelasan (*gharar*), resiko yang berlebihan, korupsi, manipulasi dan ribawi atau mendapatkan suatu hasil tanpa mau berpartisipasi dalam usaha atau menanggung resiko.

Hotel syariah sebagaimana yang dijelaskan fatwa DSN MUI No.108 tahun 2016 harus terhindar dari kemusyrikan, kemaksiatan, kemafsadatan, tabdzir/israf dan kemungkaran maka pihak hotel harus memiliki standar operasional prosedur (SOP) yang sesuai dengan syariah untuk menjamin kenyamanan pelayanan hotel sesuai dengan prinsip syariah dan menerapkan prinsip-prinsip syariah terhadap produk, pelayanan, dan pengelolaan. Konsekuensi logis dari pemasaran syariah, maka penawaran hotel tidak bisa lepas dari penerapan jasa. Untuk bisa memberikan pelayanan dengan baik harus mengetahui beberapa hal yang akan dilakukan, karena hotel syariah,

memiliki perbedaan yang sangat spesifik dengan hotel konvensional, sehingga manajemen harus mengikuti aturan syariah, agar para tamu merasa puas (Shidqi 2016).

Tinjauan masing-masing penerapan pada hotel syariah adalah sebagai berikut :

#### 1) Produk

Produk ialah sesuatu yang bisa diajukan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga mampu memuaskan keinginan dan kebutuhan. Dalam pengertian luas, produk juga mencakup apa saja yang dapat dipasarkan, termasuk benda-benda fisik, jasa manusia, tempat, organisasi, dan pemikiran. Hotel syariah memiliki dan menyajikan produk-produk baik untuk pegawai *internal* maupun penginap yang sesuai dengan syariah yang diantaranya : tersedianya sajadah dan Al-Quran didalam kamar tidur tamu, adanya panduan tertulis bahwa tidak menerima tamu berpasangan yang bukan muhrim, menyajikan makan dan minuman halal yang telah mendapatkan sertifikat halal dari MUI (Shidqi 2016).

#### 2) Pelayanan

Kegiatan ekonomi yang menghasilkan waktu, tempat, bentuk, dan kegunaan psikologi disebut jasa atau pelayanan. Jasa atau pelayanan juga merupakan kegiatan, proses dan interaksi, serta perubahan dalam kondisi orang atau sesuatu. Keberadaan pelayanan dalam suatu perusahaan jasa menjadi unsur yang sangat penting dalam menjalankan usaha. Pelayanan baik dan harus dapat memberikan kepuasan bagi konsumen menjadi impian

perusahaan. Didalam Pelayanan hotel syariah terdapat 6 unsur yaitu tata graha kantor depan, makanan dan minuman, fasilitas olahraga, fasilitas hiburan (Shidqi 2016).

### 3) Pengelolaan

Hotel syariah dalam segi pengelolaan menjamin atas terselenggaranya pelayanan hotel yang sesuai syariah dengan memiliki standar operasional produk dalam manajemen dan pengelolaan hotel secara umum. diantaranya memiliki standar operating *procedure* hotel syariah, menerapkan sistem jaminan halal, serta kewajiban penggunaan jasa lembaga keuangan syariah dalam melakukan pengelolaan keuangan. Pada hakikatnya hotel syariah haruslah menerapkan kepatuhan syariah sebagai bentuk ketaatan dan konsekuensi terhadap prinsip syariah baik dalam produk-produk maupun dalam operasional (Shidqi 2016).

Peraturan menteri wisata dan ekonomi kreatif nomor 2 tahun 2014 tentang pedoman penyelenggaraan usaha hotel syariah membuat 2 kategori yaitu kategori hilal-1 dan kategori hilal-2 dan 2 kriteria yaitu kriteria mutlak dan kriteria tidak mutlak dalam proses sertifikasi usaha hotel syariah. Sertifikasi usaha hotel syariah adalah proses pemberian sertifikat pada usaha hotel melalui audit untuk menilai kesesuaian produk, pelayanan dan pengelolaan usaha hotel dengan kriteria usaha hotel syariah (Hana 2018).

Berikut penjelasan kategori hilal-1 dan hilal-2 dan kriteria mutlak dan kriteria tidak mutlak sesuai pasal 1 poin 5,6,7,8 peraturan menteri

wisata dan ekonomi kreatif nomor 2 tahun 2014 dalam penelitian (Hana 2018) sebagai berikut:

- a) Hotel syariah hilal-1 adalah penggolongan untuk usaha hotel syariah yang dinilai memenuhi seluruh kriteria usaha hotel syariah yang diperlukan untuk melayani kebutuhan minimal wisatawan muslim.
- b) Hotel syariah hilal-2 adalah penggolongan untuk usaha hotel syariah yang dinilai memenuhi seluruh kriteria usaha hotel syariah yang diperlukan untuk melayani kebutuhan moderat wisatawan muslim.
- c) Kriteria mutlak adalah ketentuan dan persyaratan minimal tentang produk, pelayanan, dan pengelolaan yang wajib dipenuhi dan dilaksanakan oleh pengusaha hotel sehingga dapat diakui sebagai usaha hotel syariah dan memperoleh sertifikat usaha hotel syariah.
- d) Kriteria tidak mutlak adalah ketentuan dan persyaratan tentang produk, pelayanan, dan pengelolaan yang dapat dilaksanakan oleh pengusaha hotel syariah, guna memenuhi kebutuhan tertentu wisatawan muslim.

Dari rambu-rambu usaha hotel syariah di atas, kemudian dilakukan penyesuaian terhadap operasional hotel. Setelah diketahui sisi dari operasional hotel lalu dibuatlah standar atau kriteria hotel syariah sebagai berikut:

#### (1) Fasilitas

Seluruh fasilitas mendasar yang dimiliki hotel ataupun fasilitas tambahan harusnya fasilitas yang akan memberikan manfaat yang baik bagi tamu. Fasilitas-fasilitas yang berdampak kepada kerusakan,



kemungkaran, perpecahan, membangkitkan nafsu syahwat, pendayagunaan wanita dan lainnya yang serupa ditiadakan, serta fasilitas hiburan pengadaannya harus mengacu pada kaidah syariah.

Produk dan fasilitas hotel yang disesuaikan dengan syariah dengan menghapus dan menutup produk serta fasilitas yang tidak sesuai syariah seperti (*night club, diskotik, bar* dan minuman beralkohol) digantikan dengan bentuk serupa sesuai dengan syariah. Diantaranya fasilitas yang netral seperti kolam renang, pusat kebugaran, pijat juga diatur penggunaannya agar tidak melanggar syariah. Fasilitas-fasilitas yang disediakan penggunaannya juga disesuaikan dengan tujuan diadakannya hingga tidak terjadi penyalahgunaan fasilitas maupun kecurangan dalam penggunaan fasilitas (Hana 2018).

(2) Tamu

Seleksi tamu (*reception policy*) dilakukan saat tamu yang *check-in* khususnya bagi pasangan lawan jenis, tamu berpasangan suami istri atau bukan guna mengantisipasi hotel dijadikan untuk tempat perzinaan.

(3) Pemasaran

Terbuka bagi siapa saja baik pribadi ataupun kelompok, formal ataupun informal dengan berbagai macam suku, agama, ras dan golongan. Bagi kelompok atau golongan tersebut aktifitasnya tidak dilarang oleh negara dan tidak merupakan penganjur kerusakan, kemungkaran dan permusuhan serta tindakan lainnya yang sejenis.

(4) Makanan dan minuman

Makanan dan minuman yang disediakan adalah makanan dan minuman yang tidak dilarang oleh syariah (halal). Dalam pembuatan makanan dan minuman baik bahan-bahan maupun proses produksinya harus terjamin kehalalannya (tidak tercampur dengan bahan-bahan yang dilarang oleh syariah). Pada bulan ramadhan restoran juga selalu buka bagi orang-orang yang melakukan perjalanan jauh (safar), wanita-wanita yang berhalangan puasa dan orang-orang yang punya uzur syar'i tanpa mengurangi penghormatan terhadap orang yang berpuasa.

(5) Dekorasi dan Ornamen

Dekorasi dan ornamen sesuai dengan nilai-nilai keindahan dalam Islam dan tidak bertentangan dengan syariah. Ornamen patung dihilangkan serta lukisan makhluk hidup dihindari. Meskipun begitu, dekorasi hotel tidak serta merta dalam bentuk kaligrafi atau nuansa Timur Tengah lainnya.

(6) Operasional

(a) Kebijakan

Kebijakan perusahaan ke dalam yang berupa kebijakan manajemen dan peraturan-peraturan yang dibuat harus sesuai dengan nilai-nilai syariah. Begitu juga dengan kebijakan keluar baik berupa kerjasama ataupun investasi dan pengembangan usaha dilakukan dengan mitra yang aktifitas usahanya tidak dilarang syariah.

(b) Pengelolaan Sumber Daya Manusia

Pada saat penerimaan dan perekrutan tidak ada membedakan suku, agama, selama memenuhi standar kualifikasi yang telah ditentukan, bermoral dan sanggup untuk mematuhi aturan-aturan perusahaan yang berlaku. Perusahaan harus jujur kepada karyawan dalam memberikan hak-hak mereka serta karyawan pun harus jujur dan amanah dalam menjalankan kewajibannya.

Perusahaan dibutuhkan oleh karyawan sesuai dengan kaidah berpakaian dalam Islam. Adapun untuk karyawati yang non muslim maka dianjurkan untuk berpakaian sesuai dengan kaidah Islam tapi tidak dipaksa dan jika menolak tetap harus memenuhi norma- norma ketimuran dalam berpakaian. Pengelolaan sumber daya manusia juga mengacu pada peningkatan kualitas yang mencakup tiga hal, yaitu etika, pengetahuan dan keahlian (*skill*).

(c) Keuangan

Pengelolaan keuangan disesuaikan dengan system pengelolaan keuangan menurut syariat Islam (akuntansi syariah). Kemitraan dengan lembaga keuangan seperti bank dan asuransi dilakukan dengan lembaga keuangan dan asuransi syariah. Bila pengusaha mempunyai keuntungan yang mencukupi nishab zakat, perusahaan berkewajiban mengeluarkan zakat.

(d) Struktur

Adanya sebuah lembaga yang mengawasi jalannya operasional hotel secara syariah dan yang memberikan arahan dan menjawab persoalan-persoalan yang mungkin muncul di lapangan yang berkaitan dengan penerapan operasional hotel secara syariah. Lembaga ini adalah dewan pengawas syariah. Orang yang duduk di dalamnya adalah orang-orang berlatar belakang pendidikan syariah yang punya pengetahuan tentang kaidah-kaidah hukum dalam syariat Islam.

(e) Pelayanan

Pelayanan disajikan ialah pelayanan yang sesuai kaidah Islam serta memenuhi aspek keramah-tamahan, bersahabat, jujur, amanah, suka membantu dan mengucapkan kata maaf dan terima kasih. Pelayanan yang dilakukan juga harus pada batas-batas yang dibolehkan oleh syariah, yaitu tidak menjurus pada khalwat (bercampurnya antara pria dan wanita yang tidak sesuai dengan kaidah syariah).

(f) Fasilitas

Tempat Ibadah di hotel harus dilengkapi dengan masjid atau mushola yang nyaman dan representatif. Setiap waktu sholat fardhu masuk wajib mengumandangkan adzan, dipasang speaker untuk meneruskan kumandang adzan di setiap sudut atau lantai hotel. Setiap kamar hotel difasilitasi peralatan ibadah seperti mukena dan sarung,

tersedia sajadah, al-Qur'an, arah kiblat ditentukan dengan jelas, dan hiasan bernuansa islami.

### 3. Analisa SWOT

#### a. Pengertian SWOT

Suatu metode yang dapat digunakan untuk mengungkapkan kekuatan dan kelemahan suatu organisasi, menganalisis peluang perbaikan serta ancaman dengan melihat kondisi *internal* dan *eksternal* yang ada di lingkungan industri disebut dengan analisa SWOT (Tanjung et al, 2018)

Analisis SWOT ialah analisis terhadap empat elemen yang terdiri dari, kekuatan (*strength*), merupakan karakteristik positif *internal* yang dapat dieksploitasi organisasi untuk meraih sasaran kinerja strategi, kelemahan (*weakness*), merupakan karakteristik *internal* yang dapat menghalangi atau melemahkan kinerja organisasi, peluang (*opportunities*), merupakan karakteristik dari lingkungan *eksternal* yang memiliki potensi untuk membantu organisasi meraih atau melampaui sasaran strategi, dan ancaman (*treath*), merupakan karakteristik dari lingkungan *eksternal* yang dapat mencegah organisasi meraih sasaran strategi yang telah ditetapkan (Melasari et al, 2019).

SWOT adalah akronim untuk kekuatan (*Strenghts*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Oppurtunities*) dan ancaman (*Threats*) dari lingkungan *eksternal* perusahaan (Miharja 2018). Tujuan dari analisis SWOT adalah sebagai berikut, yakni yang pertama memanfaatkan keuntungan dari kekuatan yang dimiliki dan peluang yang ada, kedua

meminimalisasi kelemahan dan mengeliminasi ancaman, ketiga analisis SWOT berguna untuk mengetahui situasi lingkungan, serta kondisi terkini untuk keperluan pengambilan keputusan-keputusan, menentukan langkah-langkah yang sebaiknya dilakukan oleh perusahaan terhadap kelangsungan hidup aktivitas bisnisnya.

Analisis SWOT dapat memberikan alur pikir yang baik untuk keperluan peninjauan strategi, posisi, dan arah perusahaan pengambilan posisi bisnis dalam industri, mengevaluasi *kompetitor*, pengambilan kebijakan dalam perencanaan strategi marketing atau bisnis, membuat laporan penelitian, mengeluarkan ide saat *meeting*, atau kebutuhan lainnya (Melasari et al, 2019).

### **1) Analisis Lingkungan Perusahaan**

Kejayaan yang diraih oleh sebuah perusahaan tergantung bagaimana perusahaan tersebut menganalisis bisnis mereka. Perusahaan menyadari bahwa lingkungan selalu mengalami perubahan. Untuk itu, perusahaan harus mampu beradaptasi terhadap perubahan tersebut, lingkungan bisnis dapat dibagi menjadi dua lingkungan, yaitu lingkungan *eksternal* dan lingkungan *internal* (Hidayat, 2018)

#### **a) Analisis Lingkungan Eksternal**

Lingkungan *eksternal* dibagi kedalam dua katagori yaitu lingkungan makro dan lingkungan industri. Penjelasan kedua katagori *eksternal* yakni sebagai berikut:

(1) Lingkungan Makro

Elemen-elemen yang ada dalam lingkungan ini memberikan pengaruh yang tidak langsung pada perusahaan. Elemen-elemen yang perlu diperhatikan adalah sebagai berikut:

(a) Elemen Perekonomian

Perekonomian berhubungan dengan bagaimana orang atau bangsa memproduksi, mendistribusikan, dan mengonsumsi berbagai barang dan jasa. Perusahaan perlu melihat sejauh mana perekonomian dapat mempengaruhi perusahaan atau organisasi dari segi upah tenaga kerja, inflasi, perpajakan, pengangguran, dan harga barang yang dikelola.

(b) Elemen Politik dan Legal.

Kondisi perpolitikan, serta masalah legal sangat terkait dengan keberlangsungan perusahaan untuk jangka panjang. Kondisi perpolitikan yang mendukung dapat memberikan kenyamanan bagi para organisasi atau pelaku usaha.

(c) Elemen Sosial-Budaya.

Situasi sosial yang dimaksud ialah seperti kondisi demografi, sikap, gaya hidup, adat istiadat, dan kebiasaan dari orang-orang eksternal perusahaan. Kondisi budaya begitu juga seperti ekologis, demografis, religious, pendidikan dan etnis.

(d) Elemen Lingkungan Teknologi

Ilmu serta pengetahuan manusia terus berkembang dari waktu ke waktu, hal ini membuat teknologi juga berkembang cepat. Penemuan-penemuan yang baru saja tidak hanya meliputi teknologi saja, akan tetapi juga meliputi cara-cara pelaksanaannya atau metode-metode baru dalam mengerjakan sebuah pekerjaan, maksudnya teknologi memberikan suatu gambaran yang luas meliputi mendesain, menghasilkan, dan menyalurkan.

**2) Lingkungan Industri**

Aspek lingkungan industri akan lebih mengarah pada aspek persaingan di mana bisnis perusahaan berada.

a) Ancaman Pelaku Bisnis Baru

Masuknya perusahaan sebagai pendatang baru akan menimbulkan sejumlah implikasi bagi perusahaan yang sudah ada.

b) Ancaman Produk Substitusi

Perusahaan-perusahaan yang berada dalam industri tertentu akan bersaing pula dengan produk pengganti.

c) Kekuatan Tawar-Menawar Pembeli

Pembeli ini biasanya bisa memaksa perusahaan untuk menurunkan harga atau menuntut meningkatkan kualitas produk atau jasa, serta mengadu perusahaan dengan kompetitornya.



d) Kekuatan Tawar-Menawar Pemasok

Bila pemasok memiliki daya tawar yang semakin kuat, maka semakin kurang menarik industrinya.

- e) Persaingan dalam dunia industri dapat mempengaruhi kebijakan dan kinerja perusahaan. Dalam kondisi persaingan yang keadaan pasar, perusahaan mempunyai kekuatan yang cukup besar untuk mempengaruhi pasar. Apabila dilihat pada pasar persaingan sempurna biasanya akan memaksa perusahaan menjadi pengikut termasuk dalam hal harga produk.

**b) Analisis Lingkungan Internal**

Secara garis besar, aspek-aspek lingkungan *internal* perusahaan yang hendaknya diamati dapat dilihat dari beberapa pendekatan, dalam penelitian (Hidayat, 2018) yakni sebagai berikut:

(1) Pendekatan Fungsional

Pada pendekatan ini, pengkategorian analisis *internal* sering diarahkan pada pasar dan pemasaran, kondisi keuangan dan *akunting*, produksi, sumber daya manusia, dan struktur organisasi dan manajemen.

(2) Pendekatan Rantai Nilai (*Value Chains*)

Analisis dengan pendekatan Rantai Nilai didasarkan pada serangkaian kegiatan yang berurutan dari sekumpulan aktivitas nilai (*value activities*) yang dilaksanakan untuk mendesain, memproduksi, memasarkan, mengirimkan, serta mendukung produk dan jasa

mereka pada perusahaan yang terdiri dari satu SBU (Sumber Bahan Utama) saja.

#### b. Matriks IFE dan Matriks EFE

Analisis SWOT merupakan pembeda antara faktor *eksternal* peluang dan ancaman dengan faktor *internal* kekuatan dan kelemahan. Matrik IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dimasukan ke dalam faktor *Internal* dan matrik EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*) dimasukan ke dalam faktor *eksternal* (Miharja, 2018). Berikut tabel matrik faktor strategi *eksternal* dan *internal*.

Tabel 2.1 Matrik Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

Faktor Strategi eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Peluang ( <i>Opportunity</i> )	X	X	X
Jumlah	X	X	X
Ancaman ( <i>Threats</i> )	X	X	X
Jumlah	X	X	X
Total	X	X	X

Sumber : (Miharja 2018)

Tabel 2.2 Matrik Faktor Strategi Internal (IFAS)

Faktor strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Kekuatan( <i>Strenghts</i> )	X	X	X
Jumlah	X	X	X
Kelemahan ( <i>Weaknes</i> )	X	X	X
Jumlah	X	X	X
Total	X	X	X

Sumber : (Miharja 2018)

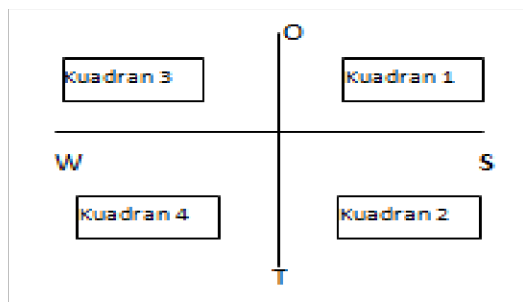
Setelah matrik faktor strategi *internal* dan *eksternal* selesai disusun kemudian hasilnya dimasukkan ke dalam matrik SWOT (*Strenght, Weakness,*

*Opportunity and Threat*) untuk menentukan strategi kompetitif perusahaan (Miharja, 2018).

### c. Matriks SWOT

Matrik SWOT adalah sebuah alat penentuan yang sangat penting dimana hal itu akan membantu mengembangkan empat strategi : SO (*Strenght Opportunities*), WO (*Weakness Opprtunities*), ST (*Strenght threat*), WT (*Weakness threat*) (Miharja, 2018).

Menurut Rangkuti 2014 dalam (Miharja, 2018) berdasarkan matriks SWOT terdapat empat kuadran berbeda dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 2.1 Matrik TOWS atau SWOT

Sumber : (Miharja 2018)

- 1) Kuadran 1 SO *Strenght–Opportunity* merupakan kondisi yang menguntungkan. Perusahaan yang ada dikuadran ini memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat menggunakan peluang yang ada. Dikuadran pertama strategi yang dapat diambil ialah strategi *agresif*. Strategi agresif merupakan strategi yang mendukung perusahaan untuk terus memaksimalkan kekuatan serta peluang yang ada untuk terus maju dan meraih kesuksesan yang lebih besar.
- 2) Kuadran 2 ST *Strenghtt–Threat*, perusahaan yang berada di posisi kuadran ini menghadapi berbagai ancaman tetapi juga mempunyai

kekuatan dari segi *internal*, pada kuadran kedua strategi yang dapat diambil ialah strategi *diversifikasi*. Strategi *diversifikasi* merupakan strategi yang menuntut perusahaan untuk melakukan perubahan guna menutup kelemahannya dan mengejar peluang yang ada.

- 3) Kuadran 3 WO *Weakness–Opportunity*, pada posisi ini sebetulnya perusahaan mempunyai peluang yang sangat besar, tetapi juga mempunyai banyak kendala *internal*. Pada kuadran ketiga ini strategi yang dapat diambil ialah strategi *turn-around*. Strategi *turn-around* merupakan strategi yang mendukung perusahaan untuk memaksimalkan kekuatan yang ada untuk mengubah arah usaha dikarenakan saat ini sudah banyak sekali ancaman yang dapat menghancurkan perusahaan.
- 4) Kuadran 4 WT *Weakness-Threat*, perusahaan berada pada posisi yang sangat tidak menguntungkan. Perusahaan ini sudah menghadapi banyak ancaman dan kelemahan internal. tetapi pada kuadran keempat strategi yang dapat diambil ialah strategi *disfentif*. Strategi *disfentif* merupakan strategi yang mendukung perusahaan untuk terus mempertahankan posisi perusahaan dengan segala kemampuan yang ada.

#### **d. Operasional Variabel**

Agar lebih memahami definisi variabel yang diteliti, berikut ini definisi operasional dari masing-masing variabel analisis SWOT yang digunakan dalam penelitian (Miharja, 2018).

- 1) Kekuatan (*Strenght*) merupakan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan dalam menghadapi peluang.

2) Kelemahan (*Weakness*) merupakan suatu kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan atau kekurangan dalam keterampilan yang menghambat kinerja perusahaan.

3) Peluang (*Opportunity*) merupakan suatu peluang yang dimiliki oleh perusahaan yang menguntungkan.

4) Ancaman (*Threat*) merupakan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan.

#### **4. TOPSIS (*Technique For Order Preference by Similarity to Ideal Solution*)**

##### **a. Pengertian TOPSIS (*Technique For Order Preference by Similarity to Ideal Solution*)**

TOPSIS merupakan salah satu metode pengambilan keputusan multikriteria yang diperkenalkan Yoon dan Hwang (1981). TOPSIS juga menggunakan prinsip bahwa alternatif yang terpilih harus mempunyai jarak terdekat dari solusi ideal positif dan memiliki jarak terjauh dari solusi ideal negatif dari sudut pandang geometris dengan menggunakan jarak *Euclidean* guna untuk menentukan kedekatan relatif dari suatu alternatif dengan solusi yang optimal (Riandari et al, 2017).

TOPSIS merupakan salah satu metode pengambilan keputusan multikriteria atau alternatif pilihan yang dipilih alternatif yang mempunyai jarak terkecil dari solusi ideal positif dan jarak terbesar dari solusi ideal negatif dari sudut pandang geometris dengan menggunakan jarak *Euclidean*. (Muzakkir, 2017).

Berdasarkan pada konsep TOPSIS (*Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution*) yang mana alternatif terpilih yang terbaik

tidak hanya memiliki jarak terpendek dari solusi ideal positif, tetapi juga memiliki jarak terpanjang dari solusi ideal negatif (Siagian, 2018).

#### **b. Kelebihan dan Kelemahan Metode TOPSIS**

Layaknya sebuah metode analisis yang lain, TOPSIS juga memiliki kelebihan dan kelemahan dalam sistem analisisnya. Kelebihan dan kekurangan TOPSIS ini dalam penelitian (Hidayat, 2014) adalah:

- 1) konsepnya sederhana dan mudah dipahami
- 2) komputasinya efisien dan memiliki kemampuan untuk mengukur kinerja relatif dari alternatif-alternatif keputusan dalam bentuk matematis yang sederhana.

Sedangkan kelemahan metode TOPSIS adalah sebagai berikut:

- 1) Harus adanya bobot yang ditetapkan dan dihitung terlebih dahulu.

#### **c. Tahapan Metode TOPSIS**

Langkah-langkah yang dilakukan dalam metode TOPSIS dalam penelitian (Simatupang, 2018) berikut:

- 1) Membuat matriks keputusan yang ternormalisasi.

Untuk menentukan matrik keputusan ternormalisasi maka menggunakan rumus:

$$r_{ij} = \frac{x_{ij}}{\sqrt{\sum_{i=1}^m x_{ij}^2}} \dots\dots\dots (1)$$

Dimana:  $x_{ij}$  = Matrik ternormalisasi

$R_{ij}$  = Matrik keputusan

- 2) Membuat matriks keputusan yang ternormalisasi terbobot

Untuk menentukan matrik ternormalisasi terbobot menggunakan rumus:

$$y_{ij} = w_i r_{ij} \dots\dots\dots (2)$$

Dimana:  $y_{ij}$  = Bobot ternormalisasi matrik keputusan

$w_{ij}$  = Bobot masing-masing kriteria

$r_{ij}$  = Matrik ternormalisasi

- 3) Menentukan matriks solusi ideal positif & matriks solusi ideal negatif

Untuk menentukan matriks solusi ideal positif & matriks solusi ideal negatif dengan menggunakan rumus:

$$A^+ = (y_1^+, y_2^+, \dots, y_n^+) \dots\dots\dots (3)$$

$$A_- = (y_1^-, y_2^-, \dots, y_n^-) \dots\dots\dots (4)$$

- 4) Menentukan jarak antara nilai setiap alternatif dengan matriks solusi ideal positif & matriks solusi ideal negatif.

Untuk menentukan jarak antara nilai setiap alternatif dengan matriks solusi ideal positif menggunakan rumus:

$$D_i^+ = \sqrt{\sum_{j=1}^n (y_i^+ - y_{ij})^2} \quad i = 1, 2, \dots, \dots\dots\dots (5)$$

Untuk menentukan jarak antara nilai setiap alternatif dengan matriks solusi ideal negatif menggunakan rumus:

$$D_i^- = \sqrt{\sum_{j=1}^n (y_{ij} - y_{ij}^-)^2} \dots\dots\dots (6)$$

Dimana:  $y_{ij}$  = Matrik keputusan ternormalisasi terbobot

$y_{ij}^-$  = Nilai tertinggi untuk masing-masing  $y_{ij}$

- 5) Menentukan nilai preferensi untuk setiap alternatif.

Untuk Menentukan nilai preferensi untuk setiap alternatif menggunakan rumus:

$$V_i = \frac{D_i^-}{D_i^- + D_i^+} \dots\dots\dots (7)$$

Dimana:  $v_i$  = Nilai tertinggi

$D_i^-$  = Jarak alternatif solusi ideal negatif

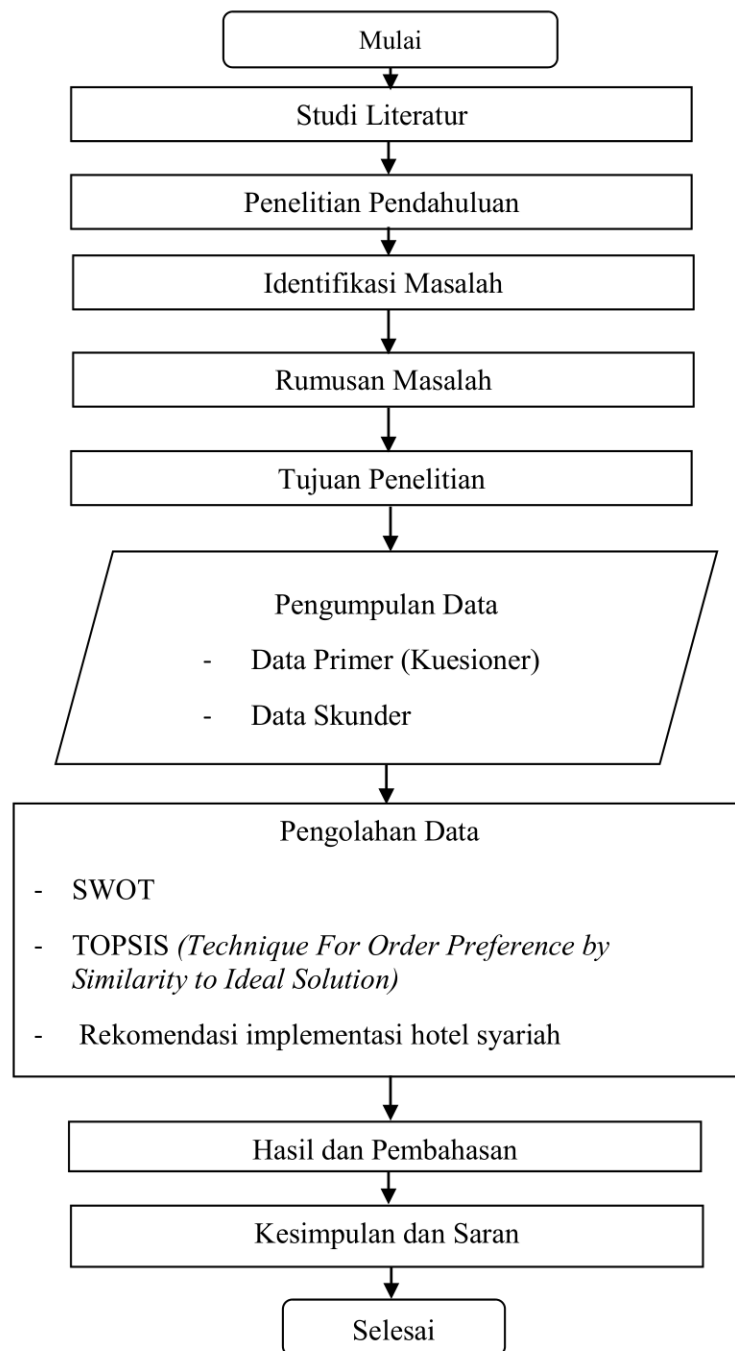
$D_i^+$  = Jarak alternatif solusi ideal positif



### BAB III

#### METODOLOGI PENELITIAN

*Flowchart* dibawah ini merupakan tahapan langkah-langkah yang akan dilakukan dalam menyelesaikan penelitian ini.



Gambar 3.1 *Flowchart* Penelitian

## **A. Tempat dan Waktu Penelitian**

### **1. Tempat**

Penelitian ini dilaksanakan di Hotel AL-Madinah Kelurahan Langgini, Jl. Pramuka No. 11 Kecamatan Bangkinang, Kampar.

### **2. Waktu**

Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 9 Mei 2021 sampai dengan 25 Juli 2021, jadwal penelitian dari jam 08.00-17.00 WIB, dari hari Senin sampai dengan hari Sabtu.

### **3. Metode**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan cara pendekatan secara kuantitatif. Penelitian kuantitatif diartikan sebagai penelitian yang banyak menggunakan angka, mulai dari proses pengumpulan data, analisis data dan penampilan data (Ahyar et al, 2020).

### **4. Teknik Sampling**

Langkah selanjutnya yaitu menentukan sampel. sampel ialah bagian dari populasi yang dijadikan subyek penelitian yang mewakili dari para anggota populasi (Supardi, 1993). Penulis menggunakan teknik purposive sampling yang merupakan cara dalam mengambil sample dengan menentukan informan yang sesuai dengan kriteria peneliti. Teknik *purposive sampling* merupakan teknik *non probability sampling* yang lebih tinggi kualitasnya, dimana peneliti telah membuat kisi-kisi atau batas-batas berdasarkan ciri-ciri subyek yang akan dijadikan sampel penelitian (Supardi, 1993).

Ukuran sample dapat ditetapkan menurut Roscoe dalam buku *Research Methods For Business* (1982, hlm.253) oleh Sugiyono (2012, hlm.129) dalam (Susilowati, 2019) yaitu ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500, namun pada penelitian ini jumlah sampel yang diambil ialah Tujuh orang pakar yang ada di Hotel Al-Madinah yang merupakan orang yang dapat memberikan keterangan secara mendalam mengenai hotel tersebut, 13 orang dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) Kampar serta 20 orang dari dinas Pariwisata kabupaten Kampar.

## **5. Pengumpulan Data**

Untuk menghasilkan suatu penelitian yang ilmiah dan bisa dipertanggungjawabkan, data merupakan hal yang sangat signifikan. Oleh karena itu data yang dikumpulkan harus benar-benar nyata dan bukan rekayasa. Data dikumpulkan menggunakan metode observasi langsung, penyebaran kuesioner (Angket) dan dokumentasi.

Observasi langsung ialah peneliti mengamati secara langsung situasi dan kondisi yang ada dilapangan. Kuesioner atau angket ialah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk diberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna (Purnomo, 2016).

Tahap pengumpulan data pada penelitian ini diperoleh dengan cara:

### **a. Data Primer**

Data primer dalam penelitian ini adalah data perbandingan kriteria dan alternatif yang diperoleh langsung dari responden atau pakar yang ada di

Hotel Al-Madinah Bangkinang, dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) Kampar serta Dinas Pariwisata kabupaten Kampar melalui kuesioner (Angket).

#### **b. Data Skunder**

Data skunder dalam penelitian ini adalah data yang terdiri dari profil perusahaan, Visi, Misi, data penjualan, data pemasok dari Hotel Al-Madinah Bangkinang.

### **6. Pengolahan Data**

Data yang telah diperoleh dari tahap pengumpulan data kemudian akan diolah dengan metode yang telah ditentukan. Sehingga data yang telah diolah akan dijadikan sebagai bahan analisis yang akan dilakukan pada tahap selanjutnya. Adapun langkah-langkah pada pengolahan data adalah sebagai berikut:

#### **a. Alternatif Strategi (Analisis SWOT)**

Proses perumusan strategi diawali dengan pembuatan matrikss SWOT. Tujuan matrikss SWOT adalah mengembangkan beberapa alternatif strategi yaitu strategi S-O, strategi W-O, strategi S-T, strategi W-T (Abiddin et al, 2017).

a) Strategi SO (*Strength-Opportunity*), strategi menggunakan kekuatan *internal* perusahaan untuk meraih peluang-peluang yang ada di luar perusahaan.

b) Strategi WO (*Weakness-Opportunity*), strategi ini bertujuan untuk memperkecil kelemahan-kelemahan *internal* perusahaan dengan memanfaatkan peluang-peluang perusahaan.

- c) Strategi ST (*Strength-Threat*), melalui strategi ini perusahaan berusaha untuk menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman-ancaman *eksternal*.
- d) Strategi WT (*Weakness-Threat*), strategi ini merupakan teknik untuk bertahan dengan cara mengurangi kelemahan *internal* serta menghindari ancaman.

Selanjutnya dilakukan penentuan posisi strategis perusahaan yang mengacu hasil analisis matriks *internal* (IFAS) dan analisis matriks *eksternal* (EFAS). Posisi strategis perusahaan dilihat berdasarkan kuadran. Posisi kuadran digunakan untuk menentukan alternatif-alternatif strategi yang tepat untuk diambil oleh perusahaan. Posisi strategis perusahaan juga sudah didapat dari penelitian Kerja Praktek (KP) sebelumnya yaitu diketahui bahwa posisi perusahaan berada di kuadran 1. Strategi yang harusnya diterapkan oleh perusahaan adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*). Jenis strategi akan digunakan perusahaan adalah strategi S-O.

#### b. Perangkingan Alternatif Strategi (TOPSIS)

Tujuan penggunaan metode TOPSIS untuk menemukan prioritas strategi konsep syariah pada hotel Al-Madinah. Hasil dari analisis SWOT sebelumnya yang sudah didapatkan pada penelitian Kerja Praktek yaitu strategi hotel syariah sesuai dengan lingkungan perusahaan yang dilihat berdasarkan hasil tabel alternatif matrik SWOT (SO) *Strengths* dan *Opportunities*.

Metode TOPSIS Juga memerlukan beberapa kriteria untuk mengukur kinerja dari setiap alternatif strategi yang dipilih. Pada penelitian ini kriteria yang digunakan yaitu factor strategis dari IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*) berdasarkan hasil yang sudah didapatkan dari penetian Kerja Praktek sebelumnya.

Berikut adalah contoh kuesioner *judgment* yang merupakan kuesioner akhir untuk mengolah data menggunakan metode TOPSIS.

Penilaian Alternatif dilihat dari Lokasi dekat dengan beberapa Mesjid

Tabel 3.1 Kuesioner *Judgment*

No	Alternatif	Nilai				
		Tidak Baik	Kurang Baik	Cukup Baik	Baik	Sangat Baik
		1	2	3	4	5
1	Penggunaan sosial media secara maksimal sebagai media promosi yang tepat					
2	Meningkatkan kualitas dan kuantitas karyawan					
3	Menciptakan image positif perusahaan melalui kegiatan keagamaan secara rutin					

Adapun cara pengisian kuesioner ini diisi dengan menggunakan tanda (X) dimana bobot penilaian mempunyai arti sebagai berikut:

Sangat Baik	= 5, Alternatif sangat cocok dengan kriteria
Baik	= 4, Alternatif cocok dengan kriteria
Cukup	= 3, Alternatif cukup cocok dengan kriteria
Kurang Baik	= 2, Alternatif kurang cocok dengan kriteria
Tidak Baik	= 1, Alternatif tidak cocok dengan kriteria

Langkah perangkian strategi dengan metode TOPSIS ialah sebagai berikut:

1) Membuat Matriks Keputusan Alternatif

TOPSIS membutuhkan rating kinerja setiap alternatif  $A_i$  pada setiap kriteria  $C_i$ . Untuk mengetahui rating kinerja maka akan dihitung nilai  $AS$  (*Attractiveness Score*), nilai  $AS$  ini dihitung berdasarkan daya tarik atau keterkaitan tiap kriteria dari masing-masing alternatif strategi yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada pakar di perusahaan, majelis ulama Indonesia dan dinas pariwisata kabupaten Kampar.

2) Matriks Keputusan Ternormalisasi

Langkah selanjutnya setelah diketahui nilai ketertarikan kriteria terhadap setiap alternatif strategi, ialah melakukan normalisasi berdasarkan rumus berikut:

$$r_{ij} = \frac{x_{ij}}{\sqrt{\sum_{i=1}^m x_{ij}^2}} \dots\dots\dots (1)$$

### 3) Matriks Keputusan Ternormalisasi Terbobot

Matriks keputusan ternormalisasi terbobot ( $y_i$ ) merupakan hasil dari perkalian antara matriks ternormalisasi dengan setiap bobot kriteria. Persamaan yang digunakan dalam perhitungan ini dapat dilihat pada rumus berikut:

$$y_{ij} = w_i r_{ij} \dots\dots\dots (2)$$

### 4) Menentukan matriks solusi ideal positif dan matriks solusi ideal negatif

Dalam menentukan solusi ideal positif dan negatif, setiap kriteria yang ada digolongkan menjadi kriteria *benefit* dan *cost*. Kriteria *benefit* adalah kriteria yang nilainya dimaksimumkan sedangkan kriteria *cost* adalah nilai biaya diminimumkan. Pada pemilihan alternatif strategi ini yang digolongkan sebagai kriteria *benefit* adalah kriteria yang diperoleh dari faktor *internal* kekuatan dan faktor *eksternal* peluang, sedangkan kriteria *cost* adalah kriteria yang diperoleh dari faktor *eksternal* kelemahan dan faktor *eksternal* ancaman. Untuk menentukan matriks solusi ideal positif & matriks solusi ideal negatif dengan menggunakan rumus:

$$A^+ = (y_1^+, y_2^+, \dots, y_n^+) \dots\dots\dots (3)$$

$$A_- = (y_1^-, y_2^-, \dots, y_n^-) \dots\dots\dots (4)$$

### 5) Menentukan nilai jarak setiap alternatif dengan matriks solusi ideal positif dan matriks solusi ideal negatif



Penentuan jarak setiap alternatif dengan solusi ideal positif dan solusi ideal negatif dihitung berdasarkan nilai dari keputusan ternormalisasi terbobot dan solusi ideal. Untuk menentukan jarak solusi ideal positif menggunakan rumus:

$$D_i^+ = \sqrt{\sum_{j=1}^n (y_j^+ - y_{ij})^2} \quad i = 1, 2, \dots, \dots \dots \dots (5)$$

Untuk menentukan jarak solusi ideal negatif menggunakan rumus:

$$D_i^- = \sqrt{\sum_{j=1}^n (y_{ij} - y_j^-)^2} \dots \dots \dots (6)$$

6) Menentukan nilai preferensi setiap alternatif

Nilai preferensi digunakan untuk menentukan prioritas dari setiap alternatif strategi. Nilai preferensi berdasarkan nilai jarak setiap alternatif terhadap solusi ideal positif dan solusi ideal negatif. Untuk Menentukan nilai preferensi untuk setiap alternatif menggunakan rumus:

$$V_i = \frac{D_i^-}{D_i^- + D_i^+} \dots \dots \dots (7)$$

Setelah diketahui strategi yang paling dominan dan mempunyai rating tertinggi dari strategi lainnya dengan TOPSIS, maka nantinya strategi terpilih tersebut dapat menjadi usul terhadap perusahaan. Selanjutnya akan dibuat rekomendasi implementasi hotel syariah berdasarkan peraturan menteri wisata dan ekonomi kreatif nomor 2 tahun 2014 pada pasal 7 ayat 3 kriteria mutlak yang berlaku bagi usaha hotel syariah hilal-1, dan terhadapnya harus dilakukan penilaian meliputi:

- a) aspek produk yang terdiri dari 8 (delapan) unsur dan 27 (dua puluh tujuh) sub unsur
- b) aspek pelayanan yang terdiri dari 6 (enam) unsur dan 20 (dua puluh) sub unsur
- c) aspek pengelolaan yang terdiri dari 2 (dua) unsur dan 2 (dua) sub unsur.

## **7. Analisis**

Skala yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui tanggapan responden yaitu skala likert. Skala likert ini terdiri atas sejumlah pernyataan deklaratif yang diberikan kepada responden untuk menyatakan apakah mereka setuju atau tidak setuju dengan pernyataan-pernyataan tersebut. Umumnya, terdapat skala likert 1–5 (Sangat tidak setuju, tidak setuju, tidak menentukan setuju atau tidak setuju/*undecided*/netral/*unsure*), setuju, dan sangat setuju) (Budiastuti, 2018).

### **a. Uji Instrumen Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini untuk menguji dan menganalisis hubungan kausal antar variabel dan memeriksa validitas serta reabilitas instrumen penelitian secara menyeluruh. Analisis yang digunakan ialah menggunakan IBM SPSS Statistik 24.

#### **1) Uji Validitas**

Uji validitas yang digunakan pada penelitian ini ialah uji validitas isi dan uji validitas konstruk. Uji validitas isi digunakan untuk membuktikan ketepatan item dengan isi, sedangkan uji validitas konstruk digunakan untuk mengukur kejelasan kerangka penelitian. Pada uji

validitas isi, digunakan nilai koefisien *pearson* yang keputusannya diambil dari perbandingan antara nilai koefisien *person* hitung (r-hitung) dengan nilai koefisien *pearson* tabel (r-tabel). Jika nilai r-hitung > r-tabel, maka dapat dinyatakan bahwa item pertanyaan pada kuesioner tersebut valid (Triana, 2013).

## **2) Uji Reabilitas**

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji tingkat kekonsisten kuesioner. Uji reliabilitas yang digunakan pada penelitian ini ialah teknik *internal consistency* dengan teknik *alpha cronbach's*. Sebuah kuesioner dikatakan reliabel jika nilai *alpha cronbach's* > 0,60 (Triana, 2013).

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Pengumpulan Data

Pengumpulan data ialah hal terpenting yang harus dilakukan pada setiap penelitian. Pengumpulan data dilaksanakan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan penelitian. Data-data yang dikumpulkan pada penelitian ini terdiri dari data primer dan data skunder. Data primer berupa data perbandingan alternatif strategi dengan kriteria yang diperoleh langsung dari responden atau pakar yang ada di hotel Al-Madinah Bangkinang, dari majelis ulama Indonesia (MUI) Kampar serta dinas pariwisata kabupaten Kampar melalui kuesioner (Angket). Sedangkan data skunder data yang terdiri dari profil perusahaan, visi, misi, data pemasok, struktur organisasi dan data penjualan hotel Al-Madinah Bangkinang.

##### 1. Data Pemasok Hotel

Data pemasok dari hotel Al-Madinah dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.1 Data pemasok Hotel Al-Madinah

No	Nama Barang	Perusahaan	Lokasi
1.	Odol sikat gigi dan sabun mandi	CV. Artha Mulia	Jl. T. Tambusai Gg. Subur, No. 09
2.	Alat-alat kebersihan dan pengharum ruangan	Malaya Toserba	JL. H. Agus Salim, Bangkinang
3.	Air minum	Depot Air Mineral	Jl. Sudirman Bangkinang
4.	Loundry	Bagus Loundry	Jl. Pramuka, No 11. Bangkinang

Sumber: (Hotel Al-Madinah, 2021)

##### 2. Uji Validitas dan Reabilitas

Setelah Kuesioner dibuat, tahapan selanjutnya yang dilakukan ialah uji validitas dan reabilitas untuk mengetahui kuesioner tersebut sudah layak atau

belum untuk disebarikan kepada responden, kalau belum valid, maka diperbaiki kembali, karna pada penelitian ini yang menjadi alat pengumpulan data primer merupakan kuesioner.

#### a. Perhitungan Uji Validitas

Uji validitas yang digunakan pada penelitian ini ialah uji validitas isi dan uji validitas konstruk. Uji validitas isi digunakan untuk membuktikan ketepatan item dengan isi, sedangkan uji validitas konstruk digunakan untuk mengukur kejelasan kerangka penelitian. Pada uji validitas isi, digunakan nilai koefisien *pearson* yang keputusannya diambil dari perbandingan antara nilai koefisien *pearson* hitung (r-hitung) dengan nilai koefisien *person* tabel (r-tabel). Jika nilai r-hitung > r-tabel, maka dapat dinyatakan bahwa item pertanyaan pada kuesioner tersebut valid.

*Output* uji validitas dari kuesioner *judgment* TOPSIS dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.2 Hasil uji validitas TOPSIS

No	Item Pernyataaan	R Tabel	R Hitung	Kesimpulan
1	Item_1	0,312	0,339	VALID
2	Item_2	0,312	0,331	VALID
3	Item_3	0,312	0,324	VALID
4	Item_4	0,312	0,329	VALID
5	Item_5	0,312	0,454	VALID
6	Item_6	0,312	0,329	VALID
7	Item_7	0,312	0,314	VALID
8	Item_8	0,312	0,336	VALID
9	Item_9	0,312	0,317	VALID
10	Item_10	0,312	0,318	VALID
11	Item_11	0,312	0,490	VALID
12	Item_12	0,312	0,377	VALID
13	Item_13	0,312	0,539	VALID
14	Item_14	0,312	0,379	VALID
15	Item_15	0,312	0,530	VALID
16	Item_16	0,312	0,366	VALID
17	Item_17	0,312	0,398	VALID

Tabel 4.2 Hasil uji validitas TOPSIS (Lanjutan)

No	Item Pernyataaan	R_Tabel	R_Hitung	Kesimpulan
18	Item_18	0,312	0,380	VALID
19	Item_19	0,312	0,329	VALID
20	Item_20	0,312	0,466	VALID

Sumber: (Pengolahan Data, SPSS 24.0)

### b. Perhitungan Uji Reabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji tingkat kekonsisten kuesioner. Uji reliabilitas yang digunakan pada penelitian ini ialah teknik *internal consistenxy* dengan teknik *alpha cronbach's*. Sebuah kuesioner dikatakan reliabel jika nilai *alpha cronbach's*  $> 0,60$

Adapun hasil uji reabilitas dari kuesioner *judgment TOPSIS* dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.3 Hasil uji reabilitas TOPSIS

No	Item Pernyataaan	Cronbach Alpha	R_Tabel	Kesimpulan
1	Item_1	0,668	0,312	Reliabel
2	Item_2	0,684	0,312	Reliabel
3	Item_3	0,690	0,312	Reliabel
4	Item_4	0,690	0,312	Reliabel
5	Item_5	0,674	0,312	Reliabel
6	Item_6	0,684	0,312	Reliabel
7	Item_7	0,686	0,312	Reliabel
8	Item_8	0,686	0,312	Reliabel
9	Item_9	0,691	0,312	Reliabel
10	Item_10	0,684	0,312	Reliabel
11	Item_11	0,669	0,312	Reliabel
12	Item_12	0,680	0,312	Reliabel
13	Item_13	0,663	0,312	Reliabel
14	Item_14	0,682	0,312	Reliabel
15	Item_15	0,664	0,312	Reliabel
16	Item_16	0,681	0,312	Reliabel
17	Item_17	0,678	0,312	Reliabel
18	Item_18	0,679	0,312	Reliabel
19	Item_19	0,684	0,312	Reliabel
20	Item_20	0,671	0,312	Reliabel

Sumber: (Pengolahan Data, SPSS 24.0)

### 3. Gambaran Umum Responden

Bagian ini akan dijelaskan mengenai data deskriptif responden dari Pakar yang ada di hotel Al-Madinah, MUI Kampar dan dinas pariwisata kabupaten Kampar. Pada penelitian ini ada beberapa karakteristik responden berupa nama responden, jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, jabatan/pekerjaan dan lama bekerja.

Tabel 4.4 Jumlah sample pada tingkat pengembalian kuesioner

Keterangan	Jumlah
Penyebaran Kuesioner	40
Pengembalian Kuesioner	40
Kuesioner tidak kembali	0
Tingkat <i>Rate</i> (Pengembalian)	100%
Kuesioner dapat diolah	40
Kuesioner tidak dapat diolah	0

Sumber: (Pengolahan Data, 2021)

Berdasarkan Tabel 4.4 diatas maka dapat diketahui semua kuesioner yang disebarkan kepada responden sebanyak 40 responden dikembalikan dan semua dapat diolah, artinya 100% data sah dan bisa diolah sebagai data penelitian. Data responden pada penelitian ini sebanyak 40 orang responden yang disebarkan ialah sebagai berikut:

Tabel 4.5 Demografi responden

NO	Nama	Jabatan	Pengalaman
1	Irsan Nuari Riandika, S.T	Front Office Manager	3 Tahun
2	Andrian Saputra	Front Desk Attendent	1 Tahun
3	Yudi Hidayat	Manajemen Hotel	10 Tahun
4	Istikhomatul Husna	Manajemen Hotel	10 Tahun

Tabel 4.5 Demografi responden (Lanjutan)

5	Muhammad Adis	Executive housekeep	3 Tahun
6	Hidayat Nugraha	Waiter	1 Tahun
7	Zikriya Istigfarah	Manajemen Hotel	1 Tahun
8	Taufik Hasnaldi Hidayat	Waiter	1 Tahun
9	Rian Dedi Saputra	Sekretariat	10 Tahun
10	Bambang Budiarmo, SE. M. Si	Kabid Ekonomi Kreatif	30 Tahun
11	Nurul Fazilah	Sekreteriat	1 Bulan
12	Jumaini	Sekreteriat	15 Tahun
13	David Hendra, Spi	Kabid Pemasaran	12 Tahun
14	Nazaruddin	Kabag Umum Kepegawaian	34 Tahun
15	Candra Budhi. SE, M. M	Hubungan Antar Lembaga	23 Tahun
16	Ica	Pemasaran	3 Tahun
17	NurAzubir	Perencanaan	5 Tahun
18	Egi	Perencanaan	3 Tahun
19	Enjel	Sekretariat	3 Tahun
20	Alfi	Umum	2 Tahun
21	Diki	Ekonomi Kreatif	5 Tahun
22	Hariandes	Ekonomi Kreatif	1 Tahun
23	Era	Ekonomi Kreatif	1 Tahun
24	Reka	Budaya	2 Tahun
25	Patrukhyah	Ekonomi Kreatif	3 Tahun
26	Nurhasana	Keuangan	4 Tahun
27	Lilis	Keuangan	2 Tahun
28	Muhammad yasir	Komisi Pengkajian MUI	12 Tahun
29	M. Fadhil	MUI	1 Tahun
30	Iskandar, SE	Sekretariat MUI	3 Tahun
31	Salman Hasani	Komisi Pemberdayaan wanita (MUI)	3 Tahun



Tabel 4.5 Demografi responden (Lanjutan)

32	Budi Azwar	Komisi Ekonomi (MUI)	3 Tahun
33	Afriadi	Komisi Pengkajian MUI	3 Tahun
34	Jefri	Sekretariat MUI	8 Tahun
35	Masyuri	Komisi Pengkajian MUI	7 Tahun
36	Helmi Candra	Komisi Pengkajian MUI	3 Tahun
37	Mardelis Dahlan	Komisi Dakwah MUI	8 Tahun
38	Diat Kardiat	Komisi Dakwah MUI	11 Tahun
39	Ratna	Dinas Perindustrian	7 Tahun
40	Friska	Dinas Statistik	3 Tahun

Sumber: (Pengolahan Data, 2021)

## B. Pengolahan Data

### 1. Indikator Hotel Syariah Menggunakan Metode SWOT

Untuk mengetahui indikator hotel syariah yang berpengaruh terhadap penentuan strategi, maka indikator-indikator tersebut terlebih dahulu perlu dirumuskan berdasarkan Sembilan indikator yang sudah ditentukan, dimana indikator-indikator tersebut yang akan menjadi hal yang paling utama diperhatikan dalam penentuan strategi hotel syariah. Indikator hotel syariah ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.6 Indikator Hotel Syariah

Indikator	Pernyataan
Restoran	Tempat
	Tempat makan yang rapi dan nyaman
	Tempat makan tersedia Ac atau Kipas Angin
	Tersedia tempat pencucian tangan
	Lokasi dekat dengan kamar tamu
	Pelayanan
	Hanya melayani tamu hotel saja
	Penyajian makanan yang cepat
	Menyediakan sarapan, makan siang dan malam

Tabel 4.6 Indikator Hotel Syariah (Lanjutan)

Restoran	Tersedia makanan Halal
	Tersedia beberapa menu pilihan
Mushola	Tempat
	Ruangan yang bersih dan rapi
	Lokasi dekat dengan ruang lobby
	Ruangan memiliki petunjuk arah kiblat
	Bisa menampung banyak orang
	Fasilitas
	Tersedia sajada, tasbih dan Al-qur'an
	Tersedia AC atau Kipas angin
	Tersedia tempat berwudhu umum
	Tersedia pengeras suara khusus imam
	Fungsi
	Mushola digunakan oleh tamu dan karyawan hotel
	Mushola digunakan untuk kegiatan Keagamaan
	Kamar Tamu
Ruangan yang bersih dan rapi	
Memiliki petunjuk arah kiblat	
tersedia perlengkapan sholat dan Al-Qur'an	
Tersedia WC duduk	
Fasilitas	
Kamar tamu bisa dijadikan tempat sholat	
Tersedia pengingat Sholat (adzan) / sahur / buka puasa	
Tersedia pembatas tempat mandi dan Closed	
Penambahan desain interior	
Aturan	
Melarang mengadakan segala bentuk perjudian	
Melarang melakukan tindak asusila	
Melarang membawa obat-obatan terlarang dan senjata tajam	
Melarang meminum minuman keras dan buah-buahan yang berbau tajam	
Melarang mengeluarkan suara keras dan keributan yang dapat mengganggu tamu lain	
Hiburan	
	Lokasi terletak di pusat kota
	Area tempat hiburan dapat menampung banyak orang
	Lokasi dekat dengan keramaian
	Fasilitas
	Menyediakan hiburan yang bernuansa realigi

Tabel 4.6 Indikator Hotel Syariah (Lanjutan)

Hiburan	Menyediakan kelengkapan hiburan
	Tidak menyediakan, diskotik, bar dan sejenisnya
	Aturan
	Tersedia sekat pemisah antara laki-laki dan perempuan
	Tamu yang menghadiri hiburan menjaga ketenangan
	Tidak membawa minuman keras dan benda tajam
Toilet Umum	Tempat
	Lokasi dekat dengan Mushola
	Air milik sendiri
	Tempat milik sendiri
	Tempat yang bersih dan rapi
	Fasilitas
	Lantai sudah dipakaikan keramik
	Tersedia pembatas laki-laki dan perempuan
	Tersedia sabun pencuci tangan
	Tersedia Closed duduk
	Aturan
	Tamu diharuskan menjaga kebersihan
	Matikan air setelah selesai menggunakan toilet
	Pencegahan Zina
Tidak menerima pasangan yang bukan muhrim	
Setiap kamar dilengkapi aturan pencegahan zina	
Calon tamu menandatangani perjanjian sebelum masuk kamar	
Tamu yang berpasangan wajib menunjukkan bukti (Surat Nikah dan KTP)	
Tertulisnya etika berpakaian tertutup	
Tempat	
Tertulisnya larangan perzinaan di media promosi	
Tertulisnya etika berpakaian tertutup di media promosi	
Kompetensi	Keahlian
	Staf menguasai semua prosedur hotel
	Staf bisa berbahasa asing (Arab/Inggris)
	Fasilitas
	Tersedia pelatihan berbahasa asing (Arab/Inggris) bagi para staf
	Tersedia pelatihan halal untuk staf baru
	Agenda
	Adanya kegiatan keagamaan secara rutin
	Menjadwalkan untuk pelatihan berbahasa arab bagi para staf

Tabel 4.6 Indikator Hotel Syariah (Lanjutan)

Pemisah Jenis Kelamin	Aturan
	Staf laki-laki dan perempuan dipisahkan
	Pemisahan penggunaan fasilitas antara laki-laki dan perempuan
	Adanya pembatas antara resepsionis dengan calon tamu saat pelayanan
Pakaian	Aturan
	Staf perempuan memakai pakaian tertutup (Syar'i)
	Staf laki-laki memakai pakaian yang rapi dan sopan
	Setiap calon tamu harus memakai pakaian yang sopan
	Setiap hari jumat staf memakai pakaian muslim

Sumber: (Pengolahan Data KP, 2020)

a. Menentukan matrik IFAS dan EFAS

Setelah merumuskan indikator hotel syariah, maka tahap selanjutnya yang dilakukan ialah dengan menentukan matrik *internal* dan matrik *eksternal* menggunakan metode SWOT. Berikut tabel matrik faktor strategi *eksternal* dan *internal*:

Tabel 4.7 Faktor Strategis *Internal* (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*/ atau IFAS)

Faktor-faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Bobot × Rating
<b>Kekuatan :</b>			
Lokasi dekat dengan beberapa Mesjid	0,10	5	0,49
Tersedia makanan Halal	0,11	5	0,54
Ruangan yang bersih dan rapi	0,10	5	0,51
Tersedia Sajadah, Tasbih dan Al-Qur'an	0,10	5	0,52
Tidak menerima pasangan yang bukan muhrim	0,11	5	0,54
<b>TOTAL</b>			<b>2,61</b>
<b>Kelemahan :</b>			
Belum tersedia pembatas kamar mandi dan Closed	0,09	4	0,37
Belum menyediakan tempat hiburan bernuansa realigi	0,11	4	0,54
Toilet umum belum dapat difungsikan	0,10	4	0,38
Belum tertulisnya larangan perzinaan di media promosi	0,10	5	0,51

Tabel 4.7 Faktor Strategis *Internal* (*Internal Strategic Factors Analysis Summary/ atau IFAS*) (Lanjutan)

Belum adanya pembatas antara resepsionis dan tamu saat pelayanan	0,10	5	0,49
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>		<b>2,11</b>

Sumber: (Pengolahan Data KP, 2020)

Tabel 4.8 Faktor Strategis *Eksternal* (*External Strategic Factors Analysis Summary atau EFAS*)

<b>Faktor-Faktor Strategis Eksternal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Ranting</b>	<b>Bobot × Ranting</b>
<b>Peluang :</b>			
Perlu menambahkan pembatas kamar mandi dan Closed	0,11	4	0,49
Menyediakan tempat hiburan bernuansa realigi	0,12	5	0,55
Menuliskan larangan pezinaan di media promosi	0,13	5	0,63
Perlu menambahkan pembatas antara resepsionis dengan tamu saat pelayanan	0,12	5	0,55
Mengadakan kegiatan keagamaan secara rutin	0,12	4	0,52
<b>TOTAL</b>			<b>2,74</b>
<b>Ancaman :</b>			
Adanya pendaang baru	0,11	4	0,42
Persaingan diantara para pesaing yang ada	0,08	3	0,24
Kekuatan tawar menawar pemasok	0,08	3	0,24
Kekuatan tawar menawar pembeli	0,08	3	0,24
Adanya ancaman produk pengganti	0,05	2	0,11
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>		<b>1,25</b>

Sumber: (Pengolahan Data KP, 2020)

Perhitungan koordinat dari analisis *Internal*

Sumbu X = (skor *Strength* – skor *Weakness*): 2

$$= (2,61 - 2,11) : 2 = 0,25$$

Perhitungan koordinat dari analisis *Eksternal*

Sumbu Y = (skor *Opportunities* – skor *Treath*) : 2

$$= (2,74 - 1,25) : 2 = 0,75$$

Jadi posisi perusahaan berada pada titik koordinat di (0,25, 0,75)

b. Menentukan Matrik SWOT

Langkah selanjutnya setelah didapatkan matrik IFAS dan EFAS ialah dengan menyusun matrik SWOT untuk menentukan masing-masing strategi berdasarkan tingkatan kuadran berupa kuadran I *Streangths* dan *Opportunity*, Kuadran II *Steangths* dan *Threat*, Kuadran III *Weakness* dan *Opportunity* serta Kuadran IV *Weakness* dan *Threat*. Untuk Matrik SWOT dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.9 Matrik SWOT

<p style="text-align: center;"><b>IFAS</b></p> <p style="text-align: center;"><b>EFAS</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>STREANGTHS (S)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lokasi dekat dengan beberapa Mesjid</li> <li>2. Tersedia makanan Halal</li> <li>3. Ruangang yang bersih dan rapi</li> <li>4. Tersedia Sajadah, Tasbih dan Al-Qur'an</li> <li>5. Tidak menerima pasangan yang bukan muhrim</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>WEAKNESSES (W)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Belum tersedia pembatas kamar mandi dan Closed</li> <li>2. Belum menyediakan tempat hiburan yang bernuansa realigi</li> <li>3. Toilet umum belum dapat difungsikan</li> <li>4. Belum tertulisnya larangan perzinaan di media promosi</li> <li>5. Belum adanya pembatas antara Resepsionis dengan tamu saat pelayanan</li> </ol>
<p style="text-align: center;"><b>Opportunity (O)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perlu menambahkan pembatas kamar mandi dan Closed</li> <li>2. Menyediakan tempat hiburan bernuansa realigi</li> <li>3. Menuliskan larangan perzinaan dimedia Promosi</li> <li>4. Perlu menambahkan pembatas antara Resepsionis dengan tamu saat pelayanan</li> <li>5. Mengadakan kegiatan keagamaan secara rutin</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>STRATEGI SO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penggunaan sosial media secara maksimal sebagai media promosi yang tepat</li> <li>2. Meningkatkan kualitas dan kuantitas karyawan</li> <li>3. Menciptakan image positif perusahaan melalui kegiatan keagamaan secara rutin</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>STRATEGI WO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Merekrut tenaga handal untuk mengisi posisi marketing manager</li> <li>2. Mengadakan pelatihan intensif dalam bidang hotel halal syariah</li> </ol>

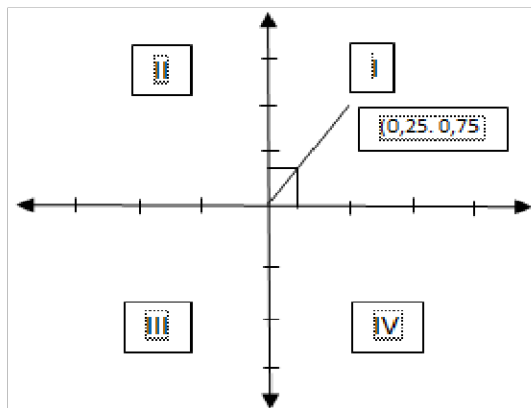
Tabel 4.9 Matrik SWOT (Lanjutan)

TREATHS	STRATEGI ST	STRATEGI WT
1. Adanya pendatang baru 2. Persaingan diantara para pesaing yang ada 3. Kekuatan tawar menawar pemasok 4. Kekuatan tawar menawar pembeli 5. Adanya ancaman produk pengganti	1. Memperbaiki dan menambah menu andalan restoran 2. Melakukan sistem perekrutan karyawan yang selektif	1. Mengoptimalkan sarana dan pra searana kelengkapan fasilitas Hotel

Sumber: (Pengolahan Data KP, 2020)

### c. Menentukan Diagram Matrik SWOT

Langkah selanjutnya setelah menyusun matrik SWOT ialah menentukan posisi diagram matrik SWOT berdasarkan pada posisi titik kordinat yang sudah didapatkan dari matrik IFAS dan EFAS. Untuk Diagram Matrik SWOT dapat dilihat pada tabel dibawah ini:



Gambar 4.1 Diagram Matriks SWOT  
 Sumber: (Pengolahan Data KP, 2020)

Setelah diketahui titik pertemuan sumbu X dan sumbu Y, maka posisi unit usaha diketahui pada kuadran I. Pada posisi ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan perusahaan karena perusahaan memiliki peluang dan kekuatan yang sangat besar sehingga perusahaan dapat memanfaatkan peluang yang ada.

Strategi yang harus diterapkan pada kondisi ini adalah mendukung kebijaksanaan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*).

## 2. Strategi Hotel Syariah Menggunakan metode TOPSIS

Metode TOPIS merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui strategi yang tepat pada hotel Al-Madinah dengan menggunakan kuesioner *Judgment* yang hasilnya berdasarkan pada konsep bahwa alternatif terpilih yang terbaik memiliki jarak terdekat dari solusi ideal positif dan jarak terjauh dari solusi ideal negatif.

Pada pengolahan rekapitulasi kusioner *judgment* yang dilakukan menggunakan Tiga kode untuk mempermudah rekap ialah sebagai berikut:

Tabel 4.10 Kode Rekapitulasi Kuesioner *Judgment*

No	Kode	Keterangan
1	R	Responden
2	K	Kriteria
3	A	Alternatif

Sumber: (Pengolahan Data, 2021)

Rekapitulasi data dari responden dan perbandingan kriteria dengan alternatif yang didapat melalui penyebaran kuesioner dapat dilihat pada lampiran 2 dan 3. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam metode TOPSIS ialah sebagai berikut:

### a. Perangkingan Alternatif Strategi (TOPSIS)

Hasil dari analisis SWOT diperoleh alternatif strategi pemasaran yang sesuai dengan kondisi lingkungan perusahaan. Alternatif strategi pemasaran dapat dilihat pada tabel 4.11 berikut:



Tabel 4.11 Alternatif Strategi

A1	Penggunaan sosial media secara maksimal sebagai media promosi yang tepat
A2	Meningkatkan kualitas dan kuantitas karyawan
A3	Menciptakan image positif perusahaan melalui kegiatan keagamaan secara rutin

Sumber: (Pengolahan Data KP, 2020)

Metode TOPSIS ini juga memerlukan beberapa kriteria guna mengukur kinerja setiap alternatif strategi yang telah dipilih. Pada penelitian ini kriteria yang digunakan berdasarkan factor-faktor strategis yang yang didapatkan dari faktor analisis *internal* (IFAS) dan analisis faktor *eksternal* (EFAS). Untuk melihat uraian dari bobot dan kriteria yang digunakan dalam perhitungan metode TOPSIS perhatikan tabel dibawah ini:

Tabel 4.12 Bobot Kriteria

Kriteria		Bobot	Kriteria		Bobot	Kriteria		Bobot	Kriteria		Bobot
K1	S1	0,10	K6	W1	0,09	K11	O1	0,11	K16	T1	0,11
K2	S2	0,11	K7	W2	0,09	K12	O2	0,12	K17	T2	0,08
K3	S3	0,10	K8	W3	0,10	K13	O3	0,13	K18	T3	0,08
K4	S4	0,10	K9	W4	0,10	K14	O4	0,12	K19	T4	0,08
K5	S5	0,11	K10	W5	0,10	K15	O5	0,12	K20	T5	0,05

Sumber: (Pengolahan Data, 2021)

Langkah-langkah perengkingan pada metode TOPSIS ialah sebagai berikut:

#### 1) Membuat Matrik Keputusan Alternatif

Metode TOPSIS memerlukan rating kinerja masing-masing alternatif  $A_i$  setiap kriteria  $K_i$ . Untuk mengetahui rating kinerja tersebut, maka akan dihitung nilai AS (*Attractiveness Score*), nilai AS akan dihitung berdasarkan daya tarik atau keterhubungan setiap kriteria dengan masing-masing alternatif strategi yang telah didapat dari penyebaran kuesioner. Untuk mengetahui nilai AS dari tiap kriteria dapat dilihat pada Lampiran 3 dan tabel dibawah ini:

Tabel 4.13 Nilai AS dari tiap kriteria

Strategi	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10
A1	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
A2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
A3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
Strategi	K11	K12	K13	K14	K15	K16	K17	K18	K19	K20
A1	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4
A2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
A3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3

Sumber: (Pengolahan Data, 2021)

## 2) Matrik Keputusan Ternormalisasi

Setelah didapatkan nilai ketertarikan antara kriteria terhadap setiap alternatif strategi, langkah selanjutnya ialah melakukan normalisasi berdasarkan pers 1. Hasil dari keseluruhan matrik keputusan ternormalisasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.14 Matrik Keputusan Ternormalisasi

Strategi	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10
<b>Pembagi</b>	<b>6,93</b>	<b>6,93</b>	<b>6,93</b>	<b>6,93</b>	<b>6,93</b>	<b>6,93</b>	<b>5,83</b>	<b>5,20</b>	<b>5,20</b>	<b>5,20</b>
A1	0,58	0,58	0,58	0,58	0,58	0,58	0,51	0,58	0,58	0,58
A2	0,58	0,58	0,58	0,58	0,58	0,58	0,51	0,58	0,58	0,58
A3	0,58	0,58	0,58	0,58	0,58	0,58	0,69	0,58	0,58	0,58
Strategi	K11	K12	K13	K14	K15	K16	K17	K18	K19	K20
<b>Pembagi</b>	<b>6,93</b>	<b>5,83</b>	<b>6,93</b>	<b>6,93</b>	<b>6,93</b>	<b>5,83</b>	<b>5,20</b>	<b>5,20</b>	<b>5,20</b>	<b>5,83</b>
A1	0,58	0,51	0,58	0,58	0,58	0,51	0,58	0,58	0,58	0,69
A2	0,58	0,69	0,58	0,58	0,58	0,69	0,58	0,58	0,58	0,51
A3	0,58	0,51	0,58	0,58	0,58	0,51	0,58	0,58	0,58	0,51

Sumber: (Pengolahan Data, 2021)

## 3) Matrik Keputusan Ternormalisasi Terbobot

Matriks keputusan ternormalisasi terbobot ( $y_i$ ) ialah hasil dari perkalian antara matrik ternormalisasi dengan setiap bobot kriteria berdasarkan pers 2. Hasil dari matrik ternormalisasi terbobot dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.15 Matrik Keputusan Ternormalisasi Terbobot

Strategi	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10
A1	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,05	0,05	0,06	0,06	0,06
A2	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,05	0,05	0,06	0,06	0,06
A3	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,05	0,06	0,06	0,06	0,06
Strategi	K11	K12	K13	K14	K15	K16	K17	K18	K19	K20
A1	0,06	0,06	0,08	0,07	0,07	0,06	0,05	0,05	0,05	0,03
A2	0,06	0,08	0,08	0,07	0,07	0,08	0,05	0,05	0,05	0,03
A3	0,06	0,06	0,08	0,07	0,07	0,06	0,05	0,05	0,05	0,03

Sumber: (Pengolahan Data, 2021)

#### 4) Menentukan matriks solusi ideal positif dan matriks solusi ideal negatif

Matriks solusi ideal positif ialah sejumlah nilai terbaik yang dimiliki setiap kriteria dan matriks solusi ideal negatif ialah sejumlah nilai terburuk yang dimiliki oleh setiap kriteria. Dalam menentukan solusi ideal positif dan negatif, setiap kriteria yang ada digolongkan menjadi kriteria *benefit* dan *cost*. Kriteria *benefit* ialah kriteria yang nilainya maksimum sementara kriteria *cost* adalah nilai biaya minimum. Pada pemilihan alternatif strategi ini yang digolongkan sebagai kriteria *benefit* ialah kriteria yang diperoleh dari faktor *internal* kekuatan dan faktor *eksternal* peluang, sementara kriteria *cost* ialah kriteria yang diperoleh dari faktor *internal* kelemahan dan faktor *eksternal* ancaman berdasarkan pers 3 dan pers 4. Untuk mengetahui matriks-matriks solusi ideal positif dan solusi negatif dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.16 Matrik Solusi Ideal Fositif dan Negatif

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10
<b>A+ (Ymax)</b>	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,05	0,05	0,06	0,06	0,06
<b>A- (Ymin)</b>	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,05	0,06	0,06	0,06	0,06
	K11	K12	K13	K14	K15	K16	K17	K18	K19	K20
<b>A+ (Ymax)</b>	0,06	0,08	0,08	0,07	0,07	0,06	0,05	0,05	0,05	0,03
<b>A- (Ymin)</b>	0,06	0,06	0,08	0,07	0,07	0,08	0,05	0,05	0,05	0,03

Sumber: (Pengolahan Data, 2021)

- 5) Menentukan nilai jarak setiap alternatif dengan matriks solusi ideal positif dan matriks solusi ideal negatif

Penentuan jarak dari setiap alternatif dengan solusi ideal positif dan solusi ideal negatif dihitung berdasarkan nilai dari keputusan ternormalisasi terbobot dan solusi ideal yang diperoleh dengan pers 5 dan pers 6 . Jarak nilai setiap alternatif dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.17 Jarak Solusi Ideal Positif dan Negatif

<b>Alternatif</b>	<b>D+</b>	<b>Alternatif</b>	<b>D-</b>
<b>A1</b>	0,02	<b>A1</b>	0,02
<b>A2</b>	0,02	<b>A2</b>	0,03
<b>A3</b>	0,03	<b>A3</b>	0,02

Sumber: (Pengolahan Data, 2021)

- 6) Menentukan Nilai Preferensi setiap Alternatif

Nilai preferensi berguna untuk menentukan prioritas dari setiap alternatif strategi. Nilai preferensi berdasarkan dari nilai jarak setiap alternatif terhadap solusi ideal positif dan solusi ideal negatif yang diperoleh berdasarkan pers 7.

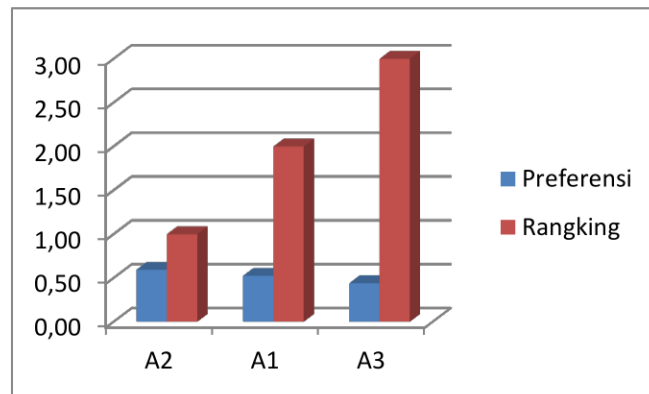
Nilai preferensi jarak setiap alternatif dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.18 Nilai Preferensi Setiap Alternatif

<b>Alternatif</b>	<b>Preferensi</b>	<b>Rangking</b>
<b>A1</b>	0,52	2
<b>A2</b>	0,59	1
<b>A3</b>	0,44	3

Sumber: (Pengolahan Data, 2021)

Untuk lebih memudahkan membaca nilai preferensi setiap alternatif, maka bisa diperhatikan pada gambar dibawah ini:



Gambar 4.2 Nilai Preferensi setiap Alternatif  
Sumber: (Pengolahan Data, 2021)

Dari Gambar 4.2 yang disajikan diatas, maka dapat diketahui bahwa alternatif kedua adalah alternatif strategi terbaik karena memiliki nilai preferensi tertinggi yaitu sebesar 0,59. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa alternatif kedua yaitu: meningkatkan kualitas dan kuantitas karyawan diamana merupakan alternatif strategi yang akan dijadikan sebagai pertimbangan utama bagi manajemen hotel Al-Madinah sebagai strategi untuk meningkatkan pemasaran produknya.

### 3. Rekomendasi Hotel Syariah

Hotel Al-Madinah belum memiliki sertifikat usaha hotel syariah yang dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). Sertifikasi ini merupakan suatu syarat hotel untuk mendalilkan diri sebagai usaha hotel syariah mengacu pada peraturan menteri wisata dan ekonomi kreatif nomor 2 Tahun 2014 mengenai pedoman penyelenggaraan usaha hotel syariah di Indonesia. Pada peraturan pemerintah menetapkan peraturan dengan dua kategori hilal yang bisa diterapkan di hotel syariah seluruh Indonesia yaitu kategori hilal-1 dan kategori hilal-2.

Setiap kategori itu dilaksanakan dengan tujuan untuk proses sertifikasi hotel syariah yang ada di Indonesia khususnya pada hotel Al-Madinah nantinya. Berdasarkan pada observasi yang dilakukan, hotel Al-Madinah menjalankan konsep operasionalnya sudah mengarah kepada konsep syariah. Mengacu kepada peraturan menteri ekonomi kreatif no 2 tahun 2014 dan pedoman penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip syariah oleh Dewan Syariah Nasional (DSN MUI) penulis membuat usulan rekomendasi kriteria usaha hotel syariah dengan kategori hilal-1 dan implementasinya pada hotel Al-Madinah. Kategori hilal-1 menurut Pasal 1 poin 5 dalam peraturan menteri wisata dan ekonomi kreatif nomor 2 tahun 2014 ialah penggolongan untuk usaha hotel syariah yang dinilai memenuhi seluruh kriteria usaha hotel syariah yang diperlukan untuk melayani kebutuhan minimal wisatawan muslim.

Kriteria Mutlak yang diberlakukan pada usaha hotel syariah hilal-1 meliputi : aspek produk terdiri dari 8 unsur dan 27 sub unsur, aspek pelayanan terdiri dari 6 unsur dan 20 sub unsur dan aspek pengelolaan terdiri dari 2 unsur dan 2 sub unsur.

Berikut rekomendasi kriteria usaha hotel syariah meliputi aspek produk, pelayanan dan pengelolaan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.19 Kriteria Produk Hotel Syariah Hilal-1

NO	ASPEK	NO	UNSUR	NO	SUB UNSUR	Ket	KRITERIA
1	PRODUK	1	Toilet Umum ( <i>Public Rest Room</i> )	1	Tersedia penyekat antara urinoir satu dengan urinoir yang lain untuk menjaga pandangan.	√	M

Tabel 4.19 Kriteria Produk Hotel Syariah Hilal-1(Lanjutan)

				2	Tersedia peralatan yang praktis untuk bersuci dengan air di urinoir dan Closed	√	M
		2	Kamar tidur tamu	3	Tersedia sajadah ( <i>on request</i> )	√	TM
				4	Tersedia Al-Qur'an	√	M
				5	Tidak tersedia akses untuk ponografi dan tindakan asusila dalam bentuk apapun	√	M
				6	Tidak ada minuman beralkohol di mini bar	√	TM
		3	Kamar mandi tamu	7	Tersedia peralatan yang praktis di kamar mandi tamu untuk bersuci dengan air di urinoir dan Closed	√	M
				8	Tersedia peralatan untuk berwudlu yang baik di kamar mandi tamu	√	M
				9	Tersedia kamar mandi tamu yang tertutup	√	M
		4	Dapur	10	Tersedia dapur/pantry khusus yang mengolah makanan dan minuman yang halal yang terpisah dari dapur biasa	-	M
				11	Dapur/pantry mengolah dan makanan yang halal	√	TM
		5	Ruang karyawan	12	Tersedia peralatan untuk bersuci yang baik di Closed karyawan	√	TM

Tabel 4.19 Kriteria Produk Hotel Syariah Hilal-1(Lanjutan)

NO	ASPEK	NO	UNSUR	NO	SUB UNSUR	Ket	KRITERIA
				13	Tersedia penyekat antara urinoir satu dengan urinoir yang lain untuk menjaga pandangan	√	TM
				14	Tersedia peralatan untuk berwudlu di kamar mandi karyawan	√	TM
				15	Tersedia tempat ganti pakaian terhindar dari pandangan di masing-masing ruang	√	TM
		6	Ruang Ibadah	16	Ruang ibadah dalam kondisi bersih dan terawat	√	M
				17	Area shalat laki-laki dan perempuan ada pembatas atau pemisah	-	TM
				18	Tersedia perlengkapan shalat yang baik dan terawat	√	M
				19	Tersedia sirkulasi udara yang baik berupa alat pendingin /kipas angin	√	M
				20	Tersedia pencahayaan yang cukup terang	√	M
				21	Tersedia tempat wudhu laki-laki dan perempuan terpisah	√	TM
				22	Tersedia tempat wudhu dengan kondisi bersih dan terawat	√	M
				23	Tersedia instalasi air bersih untuk wudhu	√	M
				24	Tersedia saluran pembuangan bekas air wudhu dengan kondisi baik	√	TM



Tabel 4.19 Kriteria Produk Hotel Syariah Hilal-1(Lanjutan)

NO	ASPEK	NO	UNSUR	NO	SUB UNSUR	Ket	KRITERIA
		7	Kolam Renang	25	Tersedia dalam ruangan dan atau terhindar dari pandangan umum	-	TM
		8	Spa	26	Tersedia ruang terapi yang terpisah antara pria dan wanita	-	TM
				27	Tersedia bahan terapi yang berlogo halal	-	TM

Sumber : (Pengolahan Data, 2021)

Tabel 4.20 Kriteria Pelayanan Usaha Hotel Hilal-1

NO	ASPEK	NO	UNSUR	NO	SUB UNSUR	Ket	KRITERIA
1	PELAYANAN	1	Kantor Depan	1	Melakukan seleksi terhadap tamu yang datang berpasangan	√	TM
				2	Memberikan informasi Masjid terdekat dengan hotel	√	M
				3	Memberikan informasi jadwal waktu sholat	√	M
				4	Memberikan informasi kegiatan bernuansa Islami (bila ada)	√	TM
				5	Memberikan informasi restoran/rumah makan halal	√	TM
		2	Tata Graha	6	Penyediaan perlengkapan shalat yang bersih dan terawat	√	M
				7	Penyediaan Al-Qur'an	√	TM

Tabel 4.20 Kriteria Pelayanan Usaha Hotel Hilal-1 (Lanjutan)

NO	ASPEK	NO	UNSUR	NO	SUB UNSUR	Ket	KRITERIA
				8	Menyiapkan area/ruangan untuk shalat Jumat (bila tidak ada Masjid yang dekat dengan hotel)	-	TM
		3	Makan dan Minum	9	Tersedia pilihan makanan dan minuman yang halal	√	M
				10	Menyediakan Ta'jil pada bulan ramadhan	√	TM
				11	Menyediakan makan sahur pada bulan ramadhan	√	M
		4	Olah Raga, Rekreasi dan Kebugaran	12	Pengaturan waktu penggunaan sarana kebugaran dibedakan untuk pria dan wanita	-	TM
				13	Intrukstur kebugaran pria khusus untuk pria dan wanita khusus untuk wanita	-	TM
		5	Spa (Apabila ada)	14	Spa hanya melayani pijat kesehatan dan perawatan kecantikan	-	TM
				15	Terapi pria khusus untuk pria dan wanita khusus wanita	-	TM
				16	Terapis menghindari menyentuh dan melihat area sekitar organ intim	-	TM

Tabel 4.20 Kriteria Pelayanan Usaha Hotel Hilal-1 (Lanjutan)

NO	ASPEK	NO	UNSUR	NO	SUB UNSUR	Ket	KRITERIA
				17	Apabila ada bak rendam tidak digunakan secara bersama-sama	-	TM
				18	Apabila tersedia aktivitas olah fisik dan jiwa tidak mengarah pada kemusyrikan	-	TM
		6	Fasilitas Hiburan	19	Tidak ada hiburan yang mengarah pada pornografi dan pornoaksi serta tindakan asusila	√	M
				20	Apabila menggunakan musik hidup atau musik rekaman harus tidak bertentangan dengan nilai dan etika seni dalam Islam	√	M

Sumber : (Pengolahan Data, 2021)

Tabel 4.21 Kriteria Pengelolaan Usaha Hotel Syariah

NO	ASPEK	NO	UNSUR	NO	SUB UNSUR	Ket	KRITERIA
1	PENGELOLAN	1	Manajemen Usaha	1	Memiliki dan menerapkan Sistem jaminan Halal	√	M
				2	Seluruh karyawan/i dan karyawan/i memakai seragam sopan	√	M

Sumber : (Pengolahan Data, 2021)

## C. Pembahasan

### 1. Metode SWOT

Pada penelitian ini Metode SWOT (*Streangths, Weakness, Opportunity, Threat*) dapat digunakan untuk menganalisis peluang perbaikan serta ancaman dengan melihat kondisi *Internal* dan *Eksternal* yang ada di lingkungan industri serta memanfaatkan keuntungan dari kekuatan yang dimiliki dan peluang yang ada, meminimalisasi kelemahan dan mengeliminasi ancaman, mengetahui kondisi terkini untuk keperluan pengambilan keputusan dan menentukan langkah-langkah yang sebaiknya dilakukan oleh perusahaan terhadap kelangsungan hidup dari aktivitas bisnisnya. Beberapa penelitian sebelumnya yang berjudul Pemilihan Strategi Pemasaran pada CV. X dengan pendekatan Metode SWOT Dan TOPSIS (Abiddin et al, 2017) dan Strategi Pengembangan Usaha DNI Skin centre Renon di Bali dengan Pendekatan Metode SWOT dan TOPSIS (Firdayanti et al, 2020).

#### a. Indikator Hotel Syariah Menggunakan Metode SWOT

Berdasarkan Sembilan indikator dan pernyataan yang sudah ditentukan pada penelitian Kerja Praktek sebelumnya, dimana indikator-indikator tersebut yang akan menjadi hal yang paling utama diperhatikan dalam penentuan strategi hotel syariah diantaranya ada Restoran, Mushola, Kamar tamu, Hiburan, Toilet umum, Pencegahan Zina, Kompetensi, Pemisah jenis kelamin dan Pakaian yang dapat dilihat pada tabel 4,6 Indikator hotel syariah.

### **b. Matrik IFAS dan EFAS**

Setelah menentukan indikator hotel syariah, maka dipilih beberapa pernyataan dari masing-masing indikator untuk diisikan pada matrik IFAS dan EFAS dengan menentukan bobot, dan rating masing-masing pernyataan, kemudian menghitung titik koordinat dari matrik IFAS sebagai sumbu X dengan cara skor *Strenght* dikurang skor *weakness* lalu dibagi 2, berikutnya pada Matrik EFAS skor *Opportunity* dikurang skor *Threat* dibagi 2, maka didapatkan hasil dari sumbu X dan Y yang dapat dilihat pada tabel 4.7 Matrik IFAS dan tabel 4.8 Matrik EFAS, dimana titik koordinat tersebut akan digunakan untuk menentukan posisi kuadran perusahaan nantinya apakah perusahaan tersebut berada pada Kuadran I, Kuadran II, Kuadran III ataupun pada Kuadran IV.

### **c. Matrik SWOT**

Langkah selanjutnya setelah didapatkan matrik IFAS dan EFAS ialah dengan menyusun matrik SWOT untuk menentukan masing-masing strategi berdasarkan tingkatan kuadran berupa kuadran I *Streangths* dan *Opportunity*, Kuadran II *Steangths* dan *Threat*, Kuadran III *Weakness* dan *Opportunity* serta Kuadran IV *Weakness* dan *Threat* yang dapat dilihat pada tabel 4.9 Matrik SWOT.

### **d. Diagram Matrik SWOT**

Dalam menentukan diagram matrik SWOT berdasarkan pada titik koordinat yang sudah didapatkan pada matrik IFAS dan EFAS sebelumnya. Hasil yang diperoleh dalam menentukan matrik IFAS dan EFAS digunakan

untuk menentukan posisi matrik SWOT dengan membuat sebuah diagram matrik yang dibagi 4 kuadran yaitu: Kuadran I, Kuadran II, Kuadran III dan Kuadran IV yang dapat dilihat pada gambar 4,1 Diagram Matrik SWOT. Setelah dilakukan perhitungan, maka didapatkan hasil bahwa perusahaan berada pada posisi Kuadran I yang merupakan posisi yang sangat menguntungkan bagi perusahaan dikarenakan perusahaan memiliki peluang dan kekuatan yang sangat besar, sehingga strategi yang harus diterapkan perusahaan ialah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

## **2. Metode TOPSIS**

Metode TOPSIS pada penelitian ini digunakan untuk mencari hubungan antara alternatif strategi dengan kriteria yang telah dirumuskan. Berdasarkan pada hasil pengumpulan data yang disebarkan kepada responden yaitu 7 orang dari pakar hotel Al-Madinah, 13 orang dari majelis ulama Indonesia cabang Kampar, dan 20 orang dari dinas pariwisata kabupaten Kampar dengan menggunakan 3 alternatif strategi yaitu: Penggunaan sosial media secara maksimal sebagai media promosi yang tepat, Meningkatkan kualitas dan kuantitas karyawan, Menciptakan image positif perusahaan melalui kegiatan keagamaan secara rutin. Pada metode ini berdasarkan penelitian (Abiddin et al, 2017) yang menjadi kriteria merupakan pernyataan pada matrik IFAS dan EFAS berupa faktor kekuatan, faktor kelemahan, faktor peluang dan faktor ancaman.

#### **a. Menentukan Matrik Keputusan Ternormalisasi**

Berdasarkan pada hasil pengolahan data pada matriks keputusan dari responden dengan tahap menormalisasikan data matriks dilakukan dengan cara mencari nilai rata-rata dari setiap kriteria dan alternatif yang diisi oleh beberapa responden sehingga didapatkan sebuah matriks keputusan yang akan dinormalisasikan lagi dengan cara membagi setiap data dengan jumlah setiap data yang sudah dipangkatkan satu kriteria, kemudian nilai rata-rata pembagi diakarkan. Sehingga mendapatkan data normalisasi matriks keputusan yang diinginkan guna menentukan keputusan yang ternormalisasi untuk memperjelas nilai numeric yang telah dibuat, karna tujuan normalisasi untuk menjamin struktur data yang konsisten. Setelah dilakukan pengolahan data untuk menormalisasi maka diperoleh matrik keputusan yang dapat dilihat pada Tabel 4.14 Matrik Keputusan Ternormalisasi dimana matrik tersebut nantinya digunakan untuk menghitung matrik ternormalisasi terbobot (Y).

#### **b. Matrik Ternormalisasi Terbobot (Y)**

Berdasarkan pada pengolahan data penentuan matriks ternormalisasi terbobot bertujuan untuk mengetahui nilai matriks yang terbentuk dari setiap alternatif kriteria. Setelah diketahuinya nilai dari matrik yang sudah didapat pada pengolahan data sebelumnya yaitu matriks ternormalisasi maka akan dikalikan dengan bobot kriteria, yang mana hasil tersebut akan dapat melakukan proses untuk mencari solusi ideal positif dan solusi ideal negatif.

**c. Menentukan Matriks Solusi Ideal Fositif dan Matriks Solusi Ideal Negatif**

Dalam menentukan matriks solusi ideal fositif dan solusi ideal negatif, maka setiap kriteria yang ada digolongkan menjadi kriteria *benefit* dan *cost*. Dimana pada pemilihan alternatif strategi yang digolongkan kepada kriteria *benefit* ialah kriteria yang diperoleh dari faktor *internal* dan faktor *eksternal* peluang, sedangkan untuk kriteria *Cost* diperoleh dari faktor *internal* kelemahan dan faktor *eksternal* ancaman yang dapat dilihat pada tabel 4.16 Matriks Solusi Ideal Fositif dan Negatif.

**d. Nilai jarak setiap alternatif dengan matriks solusi ideal fositif dan matriks solusi ideal negatif**

Penentuan jarak setiap alternatif dengan solusi ideal fositif dan solusi ideal negatif dihitung berdasarkan nilai dari matriks keputusan ternormalisasi terbobot dan matriks solusi ideal fositif dan solusi ideal negatif. Untuk mencari nilai pada jarak solusi ideal fositif  $A^+$  ( $Y Maks$ ) dengan cara mengakarkan Matriks solusi ideal fositif dikurang dengan nilai setiap perbandingan antara alternatif dan kriteria pada matrik ternormalisasi terbobot lalu dipangkatkan 2, dan untuk mencari nilai pada matriks solusi ideal nogatif dengan cara Mengakarkan nilai pada masing-masing perbandingan kriteria dan altenatif pada matriks ternormalisasi dikurang dengan matriks solusi ideal negatif  $A^-$  ( $Y min$ ) lalu dipangkatkan 2 yang dapat dilihat pada tabel 4.17 Jarak Solusi Ideal Positif dan Negatif.



#### **e. Nilai Preferensi Setiap Alternatif**

Berdasarkan pada pengolahan data sebelumnya, yang digunakan untuk menentukan nilai preferensi yaitu matriks solusi ideal positif dan matriks solusi ideal negatif dengan cara jarak pada matriks solusi ideal negatif dibagi dengan jarak pada matriks solusi ideal negatif lalu ditambahkan dengan nilai pada jarak solusi ideal positif yang mana dapat dilihat pada tabel 4.18 Nilai Preferensi Setiap Alternatif.

#### **f. Alternatif Terpilih**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan beberapa tahap menggunakan metode TOPSIS maka diperoleh alternatif yaitu alternatif strategi meningkatkan kualitas dan kuantitas karyawan dengan nilai bobot 0,59 lebih besar dari pada alternatif strategi penggunaan sosial media secara maksimal sebagai media promosi yang tepat dengan nilai bobot 0,52 dan alternatif strategi menciptakan image positif perusahaan melalui kegiatan keagamaan dengan nilai bobot 0,44. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa alternatif kedua yaitu: meningkatkan kualitas dan kuantitas karyawan dimana merupakan alternatif strategi yang akan dijadikan sebagai pertimbangan utama bagi manajemen hotel Al-Madinah sebagai strategi untuk meningkatkan pemasaran produknya yang mana dapat dilihat pada tabel 4.18 Nilai Preferensi Setiap Alternatif.

Berbeda halnya dengan penelitian sebelumnya yang berjudul Pemilihan Strategi Pemasaran pada CV. X dengan pendekatan Metode SWOT Dan TOPSIS oleh (Abiddin et al, 2017) dengan alternatif terpilih

yaitu memperluas jaringan distribusi pemasaran produk sebagai strategi untuk meningkatkan pemasaran produknya khususnya pada pupuk non subsidi varian NPK Kebomas. Pada penelitian yang berjudul Strategi Pengembangan Usaha DNI *Skin centre* Renon di Bali dengan Pendekatan Metode SWOT dan TOPSIS oleh (Firdayanti et al, 2020) alternatif terpilih yaitu memberikan edukasi kepada konsumen mengenai produk dan treatment DNI *Skin Centre* Renon merupakan alternatif strategi untuk mengembangkan usaha DNI *Skin Centre* Renon.

### **3. Rekomendasi Hotel Syariah**

Mengacu kepada peraturan menteri ekonomi kreatif no 2 tahun 2014 dan pedoman penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip syariah oleh Dewan Syariah Nasional (DSN MUI) penulis membuat usulan rekomendasi kriteria usaha hotel syariah dengan kategori hilal-1 dan implementasinya pada hotel Al-Madinah. Kategori hilal-1 menurut Pasal 1 poin 5 dalam peraturan menteri wisata dan ekonomi kreatif nomor 2 tahun 2014 ialah penggolongan untuk usaha hotel syariah yang dinilai memenuhi seluruh kriteria usaha hotel syariah yang diperlukan untuk melayani kebutuhan minimal wisatawan muslim.

Kriteria mutlak yang diberlakukan pada usaha hotel syariah hilal-1 meliputi: aspek produk terdiri dari 8 unsur dan 27 sub unsur, aspek pelayanan terdiri dari 6 unsur dan 20 sub unsur dan aspek pengelolaan terdiri dari 2 unsur dan 2 sub unsur yang dapat dilihat pada tabel 4.19 Kriteria Produk Hotel Syariah Hilal-1, tabel 4.20 Kriteria Pelayanan Usaha Hotel Hilal-1 dan

tabel Tabel 4.21 Kriteria Pengelolaan Usaha Hotel Syariah Hilal-1. Berdasarkan pada observasi yang dilakukan di hotel Al-Madinah dapat diketahui bahwa dari aspek produk terdiri dari 8 unsur dan 27 sub unsur, aspek pelayanan terdiri dari 6 unsur dan 20 sub unsur dan aspek pengelolaan terdiri dari 2 unsur dan 2 sub unsur untuk kriteria mutlak sudah hampir sepenuhnya terpenuhi.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan data dari alternatif strategi yang sudah didapatkan menggunakan SWOT dan TOPSIS, maka didapatkanlah kesimpulan sebagai jawaban dari tujuan penelitian. Diantaranya ialah sebagai berikut:

##### 1. Indikator hotel syariah

Terdapat Sembilan indikator dan pernyataan yang sudah ditentukan pada penelitian Kerja Praktek sebelumnya, dimana indikator-indikator tersebut yang akan menjadi hal yang paling utama diperhatikan dalam penentuan strategi hotel syariah diantaranya ada Restoran, Mushola, Kamar tamu, Hiburan, Toilet umum, Pencegahan Zina, Kompetensi, Pemisah jenis kelamin dan Pakaian, kemudian dimasukkan kedalam matrik SWOT IFAS dan EFAS berdasarkan faktor *internal* dan *eksternal*, sehingga didapatkan posisi perusahaan pada kuadran I dengan titik kordinat (0,25, 0,75) strategi *Streangths* dan *Opportunity* mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

##### 2. Strategi Hotel Syariah Menggunakan metode TOPSIS

Berdasarkan hasil pengolahan yang dilakukan dengan beberapa tahapan dengan menggunakan metode TOPSIS maka diperoleh alternatif strategi terpilih dengan bobot nilai 0,59 yaitu meningkatkan kualitas dan kuantitas karyawan lebih besar dari pada alternatif strategi penggunaan sosial media secara maksimal sebagai media promosi yang tepat dengan nilai bobot 0,52

dan alternatif strategi menciptakan image positif perusahaan melalui kegiatan keagamaan dengan nilai bobot 0,44 yang dapat dilihat pada tabel 4.18 Nilai Preferensi Setiap Alternatif.

melihat nilai preferensi alternatif tersebut dapat diketahui bahwa alternatif kedua sebagai usulan alternatif strategi pemasaran terbaik karena memiliki nilai preferensi tertinggi (Rangking 1) yaitu dengan nilai preferensi sebesar 0,59 disusul dengan alternatif strategi pertama (rangking 2) dengan nilai preferensi sebesar 0,52 dan alternatif strategi ketiga (rangking 3) dengan nilai preferensi sebesar 0,44

### 3. Rekomendasi Hotel Syariah

- a. Prinsip-prinsip syariah pada produk, pelayanan dan pengelolaan dalam pelaksanaan di hotel Al-Madinah Bangkinang masih dalam proses penyesuaian terhadap peraturan pariwisata dan ekonomi kreatif nomor 2 tahun 2014 tentang pedoman penyelenggaraan usaha hotel syariah.
- b. Berdasarkan implementasi prinsip-prinsip syariah yang diterapkan oleh manajemen hotel, hotel Al-Madinah Bangkinang masih tergolong dalam golongan hotel syariah kategori hilal-1 sesuai ketentuan peraturan pariwisata dan ekonomi kreatif nomor 2 tahun 2014 tentang pedoman penyelenggaraan usaha hotel syariah.
- c. Hotel Al-Madinah Bangkinang sangat layak mendapatkan sertifikat usaha hotel syariah dari MUI karna hampir seluruh point mutlak yang ada sudah dipenuhi, kecuali dalam Produk pada unsur Dapur belum

tersedia dapur atau pantry khusus yang mengolah makanan dan minuman yang halal yang terpisah dari dapur biasa.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi implementasi hotel syariah menggunakan SWOT dan TOPSIS di Hotel Al-Madinah Bangkinang, maka saran yang perlu peneliti ajukan ialah sebagai berikut:

### 1. Bagi Perusahaan

- a. Saran yang diajukan penulis terhadap hotel Al-Madinah Bangkinang diharapkan kepada manajemen hotel untuk lebih meningkatkan kualitas dan kuantitas karyawan, memaksimalkan lagi penggunaan media sosial untuk promosi agar hotel Al-Madinah dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas, dan menciptakan brand image positif melalui kegiatan-kegiatan keagamaan di hotel.
- b. Manajemen sebaiknya juga mempertimbangkan rekomendasi hotel syariah yang sudah penulis usulkan agar dapat diterapkannya pada hotel Al-Madinah supaya bisa mengajukan sertifikasi kepada MUI untuk mendapatkan sertifikat usaha hotel syariah.

### 2. Bagi Penelitian yang akan datang

Hasil yang didapatkan pada penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk mengembangkan penelitian lainya terutama dalam menentukan strategi implementasi hotel syariah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abiddin, Moh Zainal, Ilyas Mas'udin, And Dana Marsetiya Utama. 2017. "Pemilihan Strategi Pemasaran Dengan Metode Swot Dan Topsis." *Jurnal Teknik Industri* 18(1):55. Doi: 10.22219/Jtiumm.Vol18.No1.55-67.
- Ahyar, Hardani, Universitas Sebelas Maret, Helmina Andriani, Dhika Juliana Sukmana, Universitas Gadjah Mada, M. Si. Hardani, S.Pd., Grad. Cert. Biotech Nur Hikmatul Auliya, M. Si. Helmina Andriani, Rhousandy Asri Fardani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Dhika Juliana Sukmana, And Ria Rahmatul Istiqomah. 2020. *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*.
- Anon. 2019. "Direktori Hotel Dan Jasa Akomodasi Lainnya Propinsi Riau 2019."
- Aritonang, Chrisan Natasya. 2020. "Kebijakan Pengembangan Pariwisata Halal Di Indonesia: Peluang, Tantangan, Dan Strategi." *Skripsi* 21(1):1-9.
- Budiastuti, Dyah, And Agustinus Bandur. 2018. *Validitas Dan Reabilitas Penelitian*.
- Firdayanti, Ni Luh, Agung Suryawan Wiranatha, And Cokorda Anom Bayu Sadyasmara. 2020. "Strategi Pengembangan Usaha Dni Skincentre Renon Dengan Penerapan Metode Swot Dan Topsis." *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri* 8(1):69. Doi: 10.24843/Jrma.2020.V08.I01.P08.
- Hana, Ubaid Aisyul. 2018. "Konsep Hotel Syariah Dan Implementasinya Di Namira Hotel Surabaya." *Tesis* 1-114.
- Hidayat, Luthfi Nur. 2014. "Metode Topsis Untuk Membantu Pemilihan Jurusan Pada Sekolah Menengah Atas." *Jurnal Universitas Dian Nuswantoro* 8.

- Hidayat, Rahmat, And Ricky Rahmat. 2018. "Analisis Swot Sebagai Dasar Keputusan Strategi Pemasaran Pada Perusahaan Server Pulsa Di Kota Batam (Studi Kasus Pada Cv. Star Pratama)." *Journal Of Applied Business Administration* 2(1):94–108. Doi: 10.30871/Jaba.V2i1.745.
- Komite Nasional Ekonomi Dan Keuangan Syariah. 2020. "Laporan Perkembangan Pariwisata Ramah Muslim Daerah 2019-2020." I–65.
- Melasari, Santi, I. Nyoman Sujana, And Kadek Rai Suwena. 2019. "Analisis Swot Pada Hotel Banyualit Singaraja." *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* 10(2):365. Doi: 10.23887/Jjpe.V10i2.20131.
- Miharja, Kasmanto. 2018. "Analisa Swot Dalam Menentukan Strategi Bisnis Susu Murni Q-Milk." *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis* 2(1):30–38. Doi: 10.31311/Jeco.V2i1.2252.
- Muzakkir, Irvan. 2017. "Penerapan Metode Topsis Untuk Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Keluarga Miskin Pada Desa Panca Karsa Ii." *Ilkom Jurnal Ilmiah* 9(3):274–81. Doi: 10.33096/Ilkom.V9i3.156.274-281.
- Penduduk, Persebaran, Proporsi Penduduk, Jenis Kelamin, K. A. B. Kampar, Proporsi Penduduk, Jenis Kelamin, And Pertambahan Penduduk. 2017. *A.Kuantitas Penduduk 1. Persebaran Penduduk 1.1. Proporsi Penduduk Kecamatan Menurut Jenis Kelamin.*
- Purnomo, Puji, And Maria Sekar Palupi. 2016. "Pengembangan Tes Hasil Belajar Matematika Materi Menyelesaikan Masalah Yang Berkaitan Dengan Waktu, Jarak Dan Kecepatan Untuk Siswa Kelas V." *Jurnal Penelitian (Edisi Khusus Pgsd)* 20(2):151–57.



- Riandari, Fristy, Paska Marto Hasugian, And Insan Taufik. 2017. "Sistem Pendukung Keputusan Menggunakan Metode Topsis Dalam Memilih Kepala Departemen Pada Kantor Balai Wilayah Sungai Sumatera Ii Medan." *Journal Of Informatic Pelita Nusantara* Vol. 2(1):6–13.
- Savira, Fitria, And Yudi Suharsono. 2013. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Memilih Hotel Syariah (Studi Kasus Hotel Syariah Walisongo)." *Journal Of Chemical Information And Modeling* 01(01):1689–99.
- Shidqi, Naufal. 2016. "Kepatuhan Syariah Pada Hotel Sofyan Betawi Jakarta Kepada Fatwa Dsn Mui No: 108/Dsn-Mui/X/2016." 1993–2018.
- Siagian, Yessica. 2018. "Seleksi Penerimaan Karyawan Baru Menggunakan." *Jurnal Mantik Penusa* 2(1):65–70.
- Simatupang, Julianto. 2018. "Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Karyawan Terbaik Menggunakan Metode Saw Studi Kasus Amik Mahaputra Riau." *Intra-Tech* 2(1):74–82.
- Supardi, Supardi. 1993. "Populasi Dan Sampel Penelitian." *Unisia* 13(17):100–108. Doi: 10.20885/Unisia.Vol13.Iss17.Art13.
- Susilowati, Susilowati, And Tati Handayani. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Bolt." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 2(2):143. Doi: 10.35590/Jeb.V2i2.716.
- Tanjung, Yati Oktapia, Gesit Thabrani, Universitas Negeri Padang, Universitas Negeri Padang, And Universitas Negeri Padang. 2018. "Analisis Strategi Operasi Menggunakan Metode Analisis." 52–57.

Triana, Dessy, And Wahyu Oktri Oktavianto. 2013. "Relevansi Kualifikasi Kontraktor Bidang Teknik Sipil Terhadap Kualitas Pekerjaan Proyek Konstruksi Di Provinsi Banten." *Jurnal Fondasi* 1(1):182–90.