

HADIRNYA KEMASAN SYARIAH DALAM BISNIS PERHOTELAN DI TANAH AIR

Anwar Basalamah

Jurusan Hotel Management, Fakultas Ekonomi dan Komunikasi, BINUS University
Jln. K.H. Syahdan No. 9, Palmerah, Jakarta Barat 11480
basalamah.a@gmail.com

ABSTRACT

Lately, the business development based on religion background, Islam, is growing and expanding. Besides banking, insurance, education, and others, the sharia concept also in hotel. Sharia hotel is an interesting phenomenon. On the other side, the appearance of sharia hotels in the nation is having two thumbs up. Sharia hotel brand, as in other sharia products, eventhough the target market is more specific and segmented, but it is possible that the product will have high demand not from Islamic community only. The article uses research method regarding trend analysis and literature review. The result showed that there is challenge towards sharia hotels to present concept, human resources and implementation that represents business figure based on sharia: eastern specialty, barokah, classy, and interesting.

Keywords: *business, tourism, hotel, spiritual, sharia*

ABSTRAK

Akhir-akhir ini perkembangan bisnis dengan latar belakang agama, yaitu Islam kian marak dan menjamur. Selain bidang perbankan, asuransi, pendidikan dan lainnya, konsep syariah juga lahir di dunia perhotelan. Di satu sisi munculnya hotel-hotel syariah di tanah air patut diacungi jempol. Brand hotel syariah sebagaimana produk syariah lainnya, meski mungkin pangsa pasarnya lebih spesifik dan sangat tersegmentasi, namun sangat mungkin dalam waktu dekat akan menjadi produk yang banyak dibutuhkan oleh semua orang, bukan untuk kalangan minoritas Islam saja. Artikel ini menggunakan metode penelitian yang lebih berdasarkan analisa tren dan kajian pustaka. Hasilnya menyimpulkan bahwa terdapat tantangan terhadap hotel syariah untuk lebih menyajikan konsep, sumber daya manusia dan implementasi yang benar-benar menampilkan sosok bisnis berbasis syariah yang utuh, khas ketimuran, barokah, berkelas dan menarik.

Kata kunci: *bisnis, pariwisata, hotel, spiritual, syariah*

PENDAHULUAN

Industri pariwisata tentunya sangat berhubungan erat dengan bisnis akomodasi, khususnya bisnis perhotelan. Tumbuh kembang dunia pariwisata di tanah air hingga kini kian terasa sangat bergejolak. Tidak bisa dipungkiri bahwa bisnis ini merupakan salah satu penunjang sektor pariwisata yang sangat cepat kemajuannya.

Saat ini para pelaku bisnis hotel terus berusaha menampilkan sajian produk dan pelayanan yang berbeda dengan menciptakan sesuatu kekhasan atau keunikan tertentu dalam mengait konsumennya. Bisnis hotel kian berlomba menghadirkan konsep-konsep, inovasi-inovasi, ataupun pelayanan-pelayanan khusus dalam mengemas produk dan jasa mereka. Sebut saja konsep atau kemasan yang sekarang berkembang, misalkan: konsep ramah lingkungan atau *eco-friendly approach*, layanan pribadi atau *personalized service*, label syariah dan lain sebagainya.

Tidak bisa dipungkiri bahwa perkembangan label syariah pada dunia bisnis di Indonesia saat ini telah menjadi tren tersendiri. Kebutuhan akan produk-produk syariah merupakan efek dari semakin besarnya tingkat kesedaran masyarakat, khususnya konsumen pemeluk agama Islam terhadap hukum dan ketentuan Islam didalam segi kehidupannya.

Secara terminologi, kata syariah berasal dari bahasa Arab yaitu *syariat (al-syariah)* yang bermakna sumber air minum atau jalan lurus. Namun dalam istilah syariah bermakna perundang-undangan yang diturunkan Allah SWT melalui Rasulullah Muhammad SAW untuk seluruh umat manusia baik hal yang menyangkut ibadah, akhlak, makanan, minuman, pakaian maupun muamalah (interaksi sesama manusia dalam berbagai aspek kehidupan) guna meraih kebahagiaan di dunia dan di akhirat (Esharianomics, 2010).

Munculnya hotel syariah di tanah air belakangan ini, tentunya berdasar atas kebutuhan pasar tersebut, yang bersumber atas sajian spiritual Islami. Namun pada pelaksanaannya, hotel syariah masih belum menjadi tawaran akomodasi yang menarik bagi seluruh kalangan. Hotel syariah masih terdengar asing ditelinga masyarakat Indonesia. Tantangan pengemasan hotel syariah merupakan pekerjaan rumah bagi seluruh *stakeholder* yang berhubungan.

Artikel ini akan membahas mengenai fenomena konsep syariah yang sementara ini berkembang di industri perhotelan tanah air. Yang menarik dari bahasan ini adalah belum adanya standarisasi aturan dan kaidah-kaidah Islam bagi pengelola hotel syariah. Sehingga dalam pelaksanaannya, antara hotel syariah yang satu dengan yang lain sepertinya belum berjalan searah. Tantangan lain lebih mencakup pengemasan konsep syariah terhadap informasi dan penawaran produk dan jasanya kepada konsumen.

PEMBAHASAN

Trend Bisnis Syariah di Indonesia

Pangsa pasar muslim merupakan pasar yang sangat besar, khususnya di pasar ASEAN dengan kependudukan muslim terbanyak saat ini. Oleh karena itu, tidak asing bagi kita untuk menemui beberapa perusahaan dunia yang telah mengambil kesempatan dari konsep syariah itu sendiri dalam bisnis mereka, sebut saja HSBC dengan 'HSBC Amanah' mereka, atau Citibank dengan 'Citibank Berhad'.

Di Indonesia, berawal dari industri perbankan yang sangat sukses dalam menyalurkan label syariah didalam lingkup operasional dan manajemennya. Sebut saja bank Muamalat yang lahir pada tahun 1992 dan telah menjadi pelopor jasa perbankan berdasar syariah.

Tidak dapat dipungkiri jika mayoritas bank swasta di Indonesia berlomba-lomba mengusung label syariah. Di Indonesia, hampir seluruh perusahaan keuangan telah hadir pula dengan syariah divisi mereka, seperti BNI Syariah, Trimegah Securitas Syariah, dan lain sebagainya. Yang mengejutkan adalah mayoritas konsumen mereka datang dari kalangan non-muslim. Ini berdampak terhadap menular virus bisnis syariah ini di berbagai jenis usaha, dari mulai asuransi syariah, pengadaian syariah, salon syariah hingga hotel syariah.

Problematika pemakaian label syariah pada usaha perhotelan terus menjadi sumber kebingungan bagi pemilik, pengelola dan manajemen serta konsumen hotel syariah. Masih banyaknya keraguan dalam industri tentang apa yang disebut dengan 'syariah' yang sebenarnya, apalagi istilah 'hotel syariah'.

Menurut Syafi'i Antonio (2010), syariah mempunyai keunikan tersendiri, syariah tidak saja komprehensif, tetapi juga universal. Universal bermakna bahwa syariah dapat diterapkan dalam setiap waktu dan tempat oleh setiap manusia. Keuniversalnya ini terutama pada bidang sosial (ekonomi) yang tidak membedakan antara kalangan Muslim dan non-Muslim.

Berpedoman pada pengertian tersebut, Hermawan Kartajaya dan Syakir Sula memberi pengertian bahwa bisnis syariah adalah bisnis yang santun, bisnis yang penuh kebersamaan dan penghormatan atas hak masing-masing (Antonio, 2010). Pengertian yang hari lalu cenderung normatif dan terkesan jauh dari kenyataan bisnis, kini dapat dilihat dan dipraktikkan dan akan menjadi trend bisnis masa depan.

Sebagai seorang pakar marketing ternama di Asia, Kartajaya (2007) lebih nyaman konsep syariah sebagai spiritual marketing. Beliau menganggap bahwa ada 3 (tiga) komponen penting dalam bisnis syariah yang dilahirkan dari nilai-nilai keislaman itu sendiri. Komponen tersebut mencakup nilai-nilai religi, nilai-nilai budaya dan nilai-nilai universal. Cakupan nilai-nilai tersebut melahirkan aspek kejujuran, transparansi, dan lain-lain, sangat diterima dan dibutuhkan oleh pasar global saat ini. Beliau berpendapat bahwa walaupun beliau bukan penganut agama Islam, dan juga tidak banyak memiliki pengetahuan mengenai Islam, namun dalam kacamata marketing.

Kemasan Hotel Syariah di Tanah Air

Sekedar menyajikan akomodasi beserta fasilitas yang ada saja tentunya tidak membuat usaha perhotelan menjadi menarik dan kompetitif. Didalam industri hospitality ini sangat besar sekali unsur pelayanan terhadap tamu. Sebagaimana kita ketahui, dengan pengetahuan, pengalaman dan perkembangan yang ada, tamu sebagai konsumen hotel saat ini sangatlah berbeda. Tamu hotel saat ini lebih kritis dan sangat selektif dalam memilih dan menggunakan sarana jasa akomodasi yang sesuai dengan kebutuhan, keinginan dan kenyamanan mereka.

Sebagaimana kita ketahui bahwa tidak semua yang bergerak di bisnis hotel selalu diidentikkan dengan bisnis yang gemerlap dengan segala issue-issue miring seperti anggapan bahwa hotel hanyalah sebagai sarana negatif yang berunsurkan 'prostitusi', sex bebas, minuman beralkohol dan juga narkoba. Banyak pelaku-pelaku bisnis di Indonesia, yang mulai menjunjung tinggi nilai luhur adat istiadat dan norma agama dalam pengoperasian bisnis mereka. Sebagai jawaban dari efek citra negatif tersebut, maka hotel syariah lahir dengan menawarkan aspek spiritualitasnya.

Menurut Steadmon & Kasavana (1990), hotel dapat diartikan sebagai: “*A hotel may be defined as an establishment whose primary business is providing lodging facilities for the general public and which furnishes one or more of the following services: food and beverages service, room attendant service, uniformed service, laundering of linens, and use of furniture and fixtures.*” Dengan mengacu pengertian tersebut, maka bisa disimpulkan bahwa hotel memiliki tujuan utama sebagai penyedia jasa akomodasi bagi publik yang dilengkapi fasilitas-fasilitas penunjang lainnya seperti: restoran, pelayanan kamar, dan lain sebagainya.

Dalam Ketentuan Usaha Bidang Perhotelan, pada Bab VII Ps. 24 ayat 1, dijelaskan: Dalam menjalankan usaha hotel, pimpinan hotel wajib untuk: (a) Memberi perlindungan kepada para tamu hotel; (b) Menjaga martabat hotel, serta mencegah penggunaan hotel untuk perjudian, penggunaan obat bius, kegiatan-kegiatan yang melanggar kesucilaan, keamanan dan ketertiban umum.

Sedangkan hotel syariah merupakan suatu jasa akomodasi yang beroperasi dan menganut prinsip-prinsip pedoman ajaran Islam. Secara operasionalnya, pelayanan yang diberikan di hotel syariah tentunya hampir menyerupai hotel konvensional/non-syariah pada umumnya. Namun konsep hotel ini menyeimbangkan aspek-aspek spiritual Islam yang berlaku didalam pengelolaan dan pengoperasiannya. Dalam pandangan awam, hotel syariah kadang masih dianggap sebagai suatu bisnis usaha jasa yang hanya dikhususkan untuk pasar muslim. Padahal hotel syariah merupakan akomodasi yang juga beroperasi 24 jam dan terbuka untuk segala kalangan, baik masyarakat muslim maupun non-muslim.

Adapun rambu-rambu syariah yang bersifat umum dalam menjalankan usaha ekonomi, termasuk usaha perhotelan, meliputi: (1) tidak memproduksi, memperdagangkan, menyediakan, atau menyewakan produk atau jasa yang secara keseluruhan maupun sebagiannya dilarang dalam ketentuan syariah. Seperti dalam hal makanan, mengandung unsur babi, minuman beralkohol, perjudian, perzinahan, dan yang semacam itu; (2) tidak mengandung unsur kezhaliman, kemungkaran, kemaksiatan maupun kesesatan yang terlarang dalam kaidah syariah, baik secara langsung maupun tidak langsung; (3) tidak ada pula unsur penipuan, kecurangan, kebohongan, ketidak-jelasan, resiko yang berlebihan dan membahayakan; dan (4) ada komitmen menyeluruh dan konsekuen dalam menjalankan perjanjian yang disepakati antar pihak-pihak terkait (Mentoring Agama Islam, 2008).

Hingga kini masih banyak masyarakat umum yang menganggap keberadaan hotel syariah sebagai pengklusifan target market khusus bagi masyarakat muslim. Namun tidak berarti bahwa hotel syariah hanya diperuntukkan bagi market muslim saja. Beberapa tamu hotel non-muslim pun tidak janggung untuk menikmati produk dan jasa dari hotel syariah. Ini dikarenakan sebagian dari mereka menganggap bahwa konsep ini justru menghilangkan prasangka buruk sebagian orang terhadap kesan negatif bagi pengunjung atau tamu yang menginap di hotel.

Beberapa hotel yang telah berjalan, berusaha merubah sistem konvensional mereka dan menjadikan bisnis mereka menjadi hotel syariah. Sebagai contohnya adalah Hotel Sofyan Group yang telah berjalan sejak 1998 berhasil melakukan transformasi dari hotel konvensional menjadi hotel syariah pada tahun 2003. Langkah awal yang dilakukan hotel Sofyan meliputi: meniadakan bar dan night club, meniadakan minuman beralkohol, meniadakan panti pijat dan menyeleksi tamu hotel, khususnya tamu yang berpasangan haruslah mereka yang resmi suami istri.

Sangat disayangkan, hingga kini pengemasan hotel syariah masih terkesan sebagai akomodasi yang kurang berkelas dan minim fasilitas penunjang. Sampai kini, keberadaan hotel syariah masih didominasi oleh hotel berkelas melati dan hotel dengan tingkatan tidak lebih dari tingkat bintang tiga saja.

Perkembangan Hotel Syariah Indonesia

Penggunaan label syariah dalam bisnis hotel merupakan sesuatu yang masih rancu dan asing di masyarakat Indonesia. Hingga kini, hanya beberapa hotel syariah saja yang berani memproklamkan konsep spiritualnya kepada publik. Penggunaan label 'syariah' yang digandeng oleh sebuah brand hotel masih belum menjadi ikon yang dikenal luas, apalagi jika dibandingkan dengan maraknya penggunaan label syariah pada industri perbankan.

Ketua Umum Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) Yanti Sukamdani menyatakan bahwa pilihan menjadi hotel syariah ataupun non-syariah bergantung sepenuhnya dari pengelola bisnis hotel sendiri. Pada dasarnya beliau berpendapat bahwa PHRI memberikan keleluasan dan kebebasan kepada seluruh anggotanya untuk menentukan pilihannya dalam berbisnis, secara konvensional ataupun secara syariah.

Meskipun di Indonesia ini jumlah hotel syariah yang telah mendapat pengajuan MUI sebagai hotel syariah masih sangat kecil, namun jumlah hotel berlandaskan azas syariah berkembang perlahan-lahan. Walau belum memiliki sertifikat sebagai hotel syariah dari MUI, mayoritas pelaku-pelaku bisnis hotel syariah ini telah menerapkan prinsip-prinsip spiritual Islam didalam pengelolaan dan pengoperasian usahanya. Di Indonesia, hotel syariah masih didominasi oleh beberapa hotel melati dan berbintang 2 (dua) kebawah yang dikelola sebagai bisnis keluarga. Sebut saja Hotel Gren Alia di Jakarta, Hotel Qudz Royal di Surabaya, Hotel Semesta di Semarang, dan Hotel Arini di Solo, dan Hotel Desa Puri di Yogyakarta dan lain-lainnya.

Sampai tahun 2010, Majelis Ulama Indonesia (MUI) mencatat hingga saat ini hanya 2 (dua) hotel yang secara formal berstatus syariah, yaitu Hotel Sofyan Group dan Hotek Tuara Natama di Padang Sidempuan, Sumatra Utara.

Hal ini bisa disebabkan oleh informasi mengenai standarisasi pembentukan hotel syariah sendiri masih belum tergambar jelas di mata publik, khususnya bagi para pelaku bisnis hotel. Banyak pengusaha hotel syariah yang masih rancu terhadap legalitas penetapan syariah yang harus dimiliki sebagai acuan. Walaupun Majelis Ulama Indonesia (MUI) telah mengeluarkan standarisasi label syariah kepada bisnis perhotelan, namun bentuk dan tahapan pengurusan format syariah ini masih belum jelas adanya. Dampaknya, banyak pebisnis hotel syariah yang lebih mengimplementasikan konsep hotel syariah mereka dengan berdasarkan aturan-aturan Islam yang didapat hanya melalui konsultasi langsung kepada pemuka agama Islam, ulama, ataupun ustadz setempat.

Keadaan ini tentunya menimbulkan kesimpang-siuran pendapat masyarakat terhadap konsep hotel syariah ini. Untuk beberapa hotel syariah, mungkin lebih mengutamakan penghapusan makanan dan minuman non-halal saja dalam pengoperasian hotel syariahnya. Hotel syariah lain, berjalan dengan landasan peniadaan fasilitas-fasilitas yang berbau negatif, seperti: panti pijat/spa, bar, klub malam, dan lain-lainnya. Yang lebih ekstreme lagi, mungkin akan muncul hotel syariah yang hanya mau menerima pasar muslim saja, dengan segala aturan yang ada. Tidak bisa dipungkiri jika beberapa pemilik hotel syariah memberanikan diri mengoperasikan usahanya hanya atas dasar pemahaman keislaman pribadi mereka sendiri. Sehingga kualitas pengelolaan dan pengoperasiannya kadang masih belum maksimal.

Oleh karena itu, hotel syariah sebaiknya didukung oleh semacam Dewan Pengawasan Syariah (DPS), seperti yang telah dilakukan oleh Hotel Sofyan Group. (Ely, 2007). Sehingga keselarasan produk dan service secara keseluruhan dapat terus berlangsung sesuai kaidah syariah itu sendiri, bukan hanya sebagai penompang nilai jual belaka. Jadi bukan berarti sebagai hotel syariah maka fasilitas penunjang aktifitas pengunjung hotel juga harus dibatasi. Seharusnya hotel syariah justru berusaha menyuguhkan keunikan dan kekhasan fasilitasnya yang special tersebut, sehingga menjadi sesuatu yang menarik dan menambah nilai jual bagi konsumennya.

Selain daripada itu, hotel syariah juga harus didukung oleh sumber daya manusia yang terlatih dan memenuhi standar syariah, seperti jujur dan amanah. Untuk itu dalam pengembangan sumber daya manusianya, maka diperlukan aktivitas-aktivitas pelatihan baik dari segi pariwisata/perhotelan, maupun dalam segi penyempurnaan aqidah dan akhlak yang baik.

PENUTUP

Menjalankan bisnis hotel syariah pada dasarnya sama seperti mengemas hotel dari sisi branding sehingga nilai jualnya lebih tinggi. Hotel syariah yang diminati saat ini, tentunya dikarenakan kebutuhan masyarakat Indonesia yang masih memegang nilai adat istiadat, norma ketimuran, dan tentunya juga mengikuti kaidah Islam. Meski mungkin pangsa pasarnya lebih terkesan spesifik (*niche market*) dan sangat tersegmentasi, namun sangat dimungkinkan dalam waktu kedepan bisnis hotel syariah akan dibutuhkan oleh semua kalangan, bukan hanya kaum muslim saja. Di satu sisi, bisnis hotel syariah ini yang mulai berkembang di tanah air patutlah disyukuri. Dengan demikian citra bisnis hotel tentunya sedikit demi sedikit akan berubah ke arah yang lebih positif. Selain daripada itu, bukan tidak mungkin hotel syariah akan menambah keunikan dari penyajian pariwisata Indonesia. Diharapkan dengan menampilkan '*religion brand*' ini akan menjadi kekhasan dari industri perhotelan di tanah air.

Syariah yang diterapkan dalam bisnis hotel pun tidak sesempit asumsi kebanyakan masyarakat. Hotel syariah sebaiknya lebih dikemas terbuka untuk semua kalangan, asalkan pengguna jasa tersebut dapat memenuhi aturan-aturan yang berlaku, seperti: tidak berbuat maksiat/asusila, tidak mengkonsumsi minuman beralkohol, dan lain sebagainya. Walaupun prospek bisnis hotel syariah cukup positif, namun tantangan kedepan konsep hotel dengan sentuhan spiritual Islam ini sendiri juga masih besar. Pengusaha-pengusaha perhotelan diharapkan dapat menghadirkan sajian produk dan layanan hotel syariah secara keseluruhan yang bersahabat. Ini berarti bahwa pengelolaan hotel syariah itu, bukan hanya sekedar polesan spiritual saja, tapi harus dilandaskan atas asas-asas Islami yang diimplementasikan dengan berbasiskan syariah secara yang 'up-to-date', unik dan berkesan. Akan lebih baik lagi, jika cakupan beserta standar operasional prosedur sebagai hotel syariah dapat di standarisasi dan dikeluarkan secara resmi oleh sebuah lembaga pemerintahan yang terpercaya, misalkan saja MUI. Sehingga lembaga tersebut akan menjadi acuan bagi siapapun mengenai bisnis hotel syariah itu sendiri, dan nantinya keseragaman pengoperasian hotel syariah di tanah air akan secara sendirinya tersaji dengan seksama.

Penggunaan kata syariah tidak menjadi keharusan dalam penyajian brand hotel tertentu. Jika penggunaan kata syariah dapat disesuaikan dengan bahasa Indonesia, maka pemahaman konsumen muslim akan lebih jelas. Beberapa kata spiritual bisa menjadi pilihan lain dalam penyusunan nama hotel syariah, misalkan kata madani, insani, amanah, dan lain sebagainya. Sehingga diharapkan lebih melebarkan pasar hingga ke masyarakat non-muslim. Sampai saat ini, penerapan bisnis syariah di bidang usaha perhotelan ini masih digambarkan sebagai usaha akomodasi yang kurang berkelas. Tantangan bagi pengusaha hotel syariah adalah menawarkan produk dan service berkualitas internasional tanpa mengurangi nilai syariah Islam dipengoperasiannya. Sehingga diharapkan suatu saat, akan muncul brand hotel syariah yang bisa sejajar dengan brand hotel global.

DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, S. (2010). *Marketing syariah*. Jakarta: Gema Insani.
- Ely. (2007, Oktober). DPR sambut baik dan minta MUI awasi hotel syariah. Diakses pada 2 Mei 2010, dari: <http://www.pelita.or.id/baca.php?id=18314>
- Esharianomics. (2010). Definisi syariah. Diakses pada 10 Juni 2010, dari: <http://esharianomics.com/esharianomics/fikih-hukum/syariah/definisi-syariah/>
- Kartajaya, H. (2007). Menjual konsep syariah. Diakses pada 12 Juni 2010, dari: <http://hermawan.typepad.com/blog/2007/09/marketing-30--4.html>
- Mentoring Agama Islam. (Oktober, 2008). Hotel dengan kaidah syariah. Diakses pada 12 Mei 2010, dari: <http://mentoringku.wordpress.com/.../hotel-dengan-kaidah-syariah/>
- Steadmon, C. E., & Kasavana, M. L. (1990). *Managing front office operations*. Michigan: Educational Institute of the American Hotel & Motel Association.