

Penerapan Manajemen Hotel Syariah Dengan Pendekatan *Maqasid as-Syariah*

Muh. Izza

IAIN Pekalongan

Email: Izzastainpkl@gmail.com.

Abstrak

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui Penerapan Manajemen pada Hotel Syariah dengan Pendekatan Maqasid al-Syariah. Lokasi penelitian ini di Hotel Syariah Kota Pekalongan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif analitis dengan metode normatif-sosiologis. Hasil penelitian menunjukkan adanya penerapan manajemen berdasarkan prinsip-prinsip syariah muamalah dan penerapan manajemen berdasarkan fungsi manajemen syariah. Terdapat empat hal yang membedakan keunggulan manajemen pendekatan Maqasid al-Syariah dengan yang bukan yaitu sisi pelayanan (service), sisi fasilitas, sisi manfaat dan sisi tujuan.

Kata kunci: Manajemen, Hotel Syariah, Maqasid al-Syariah, identitas agama

Abstract

This research is intended to know the implementation of management at Pekalongan Sharia Hotel with Maqasid al-Shariah approach. This research uses qualitative descriptive analytical approach with normative-sociological method. The results show that the implementation of management based on the principles of sharia muamalah and implementation of management based on sharia management functions. There are four matters which distinguish the management advantage of Maqasid al-Shariah approach with which is not the service side, the facility side, the benefit side and the goal side.

Keywords: Management, Hotel Syariah, Maqasid al-Syariah, Religion Brand

A. PENDAHULUAN

Pada tahun 1992 menjadi embrio lahirnya ekonomi syariah di Indonesia. Hal ini terlihat dari melunaknya regulasi lembaga keuangan dengan meng-cover unsur-unsur syar'iyah didalamnya (UU Perbankan 1992 Ps. 16). Refleksi tersebut merupakan bagian dari rangkaian perkembangan kemajuan keuangan dari Timur Tengah (Ibrahim Warde, 2008). Adiwarmanto A. Karim (2004) sebelumnya telah memproyeksikan kepesatan tersebut. Kemudian akademisi muslim, Muhammad (2004) juga telah memberi sinyal akan cerahnya lembaga syariah. Menurutnya perbankan syariah memiliki potensi *captive market* yang jelas. Perkembangan selanjutnya sebagaimana dimuat *Republika Syariah* (2010) menyebutkan bahwa kepercayaan masyarakat terhadap lembaga syariah semakin tinggi. Indikator utamanya terlihat dari besarnya konsumen sehingga menyebabkan melonjaknya aset perbankan syariah dari tahun ketahun.

Sampai saat ini produk jasa syariah telah memperoleh moment membanggakan. Regulasi Undang-Undang No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah menjadi unsur penting sebab dapat mendorong pengembangan industri syariah untuk lebih ekspansif lagi. Kesempatan ini memiliki makna strategis karena dapat menunjukkan progres perkembangan secara lebih cepat lagi. Catatan Bank Indonesia (BI) sendiri menyebutkan sampai saat ini rata-rata pertumbuhan aset perbankan syariah lebih dari 65% pertahun dalam lima tahun terakhir (www.bi.go.id, 2016). Dengan asumsi itu berarti peran industri perbankan syariah diharapkan dapat mendukung perekonomian nasional.

Gairah dan keleluasaan tumbuh pesatnya bisnis memang akan bergantung pada regulasi. Dimana regulasi menjadi pintu strategis dalam mengatur dan

memposisikannya secara perlahan tetapi pasti. Dalam konteks ini bukan hal tidak mungkin bila munculnya bisnis syariah juga diikuti dengan tumbuhnya sejumlah perdagangan atau jasa dengan sebutan bisnis berbasis syariah. Sebagaimana jasa perhotelan, pertokoan, penginapan dan lainnya juga telah memakai pola-pola tersebut yang merupakan bagian integral dari jasa syariah. Karenanya motivasi spiritual yang dimilikinya berperan sebagai *value judgement* yang menciptakan keseimbangan dalam pemenuhan kebutuhan manusia (Jusmaliani dkk, 2008).

Menyimak pangsa syariah yang semakin berkembang tersebut, satu sisi umat muslim patut bersyukur namun pada sisi lain juga harus waspada, karena bukan tidak mungkin berbagai corak dan varian produk syariah yang bermunculan banyak yang tidak lebih dari sekedar 'ganti baju' atau 'ganti nama'. Artinya bagi perusahaan konvensional dapat memperoleh *market share* maksimal, sementara pada *market* syariah sendiri masyarakat masih apatis. Karenanya umat Islam harus menjaga *market share* syariahnya agar tidak direbut *market* lain yang membawa prinsip kapitalistik sekulistik dan jauh dari nilai-nilai spiritual (*religion brand*) (Hermawan Kertajaya dan M. Syakir Sula, 2006).

Perkembangan *religion brand* di Indonesia belakangan masih cukup luas. Diantara produk bisnis dengan *religion brand* adalah Hotel Syariah Pekalongan. Hotel ini beroperasi sejak tahun 2007 yang mana motivasi pendiriannya untuk menyambut pangsa syariah terutama pada bisnis syariah. Inisiatif itu muncul karena Hotel Syariah di daerah dapat dibidang masih jarang. Pendirian Hotel Syariah Pekalongan merupakan salah satu dari wujud impian Yayasan Muslimin Kota Pekalongan yang memiliki maksud dan tujuan di bidang keagamaan, sosial dan kemanusiaan (Profile Institusi, 2007). Satu hal patut di apresiasi bahwa hotel ini pernah memperoleh *occupancy* signifikan saat *moment* acara *khaul* al-Habib Ahmad bin Abdullah bin Thalib al Attas yang diadakan setiap tahun. Menurut pengelola, adanya *khaul* pada bulan Sya'ban berimbas pada hotel diseluruh kota Pekalongan penuh pengunjung.

Hotel ini juga merupakan salah satu bentuk wujud dalam pengembangan wakaf produktif. Sebagaimana disebut dalam profil institusi, awalnya tempat tersebut digunakan sebagai Gedung Dakwah Islam kemudian seiring pergantian kepemimpinan nasional, lokasi dan bentuk gedung masih eksis akan tetapi beberapa fungsinya mengalami perubahan salah satunya ada yang digunakan sebagai tempat kegiatan pendidikan seperti Taman Kanak-Kanak, Play Group dan tempat perkumpulan organanisasi masa Islam. Untuk melindungi perannya, Yayasan Muslimin membuatkan pembaharuan akta notaris dan telah disahkan oleh Kementerian Hukum dan HAM RI no. 48 tahun 2007. Visi Hotel Syariah Pekalongan adalah menjadi pilihan pertama dalam jasa perhotelan di Kota Pekalongan dengan keunggulan pelayanan berbasis syariah. Sedangkan misinya, (1) Menyelenggarakan jasa perhotelan dengan standar kompetensi yang kompetitif melalui pelayanan berbasis syariah kepada masyarakat tanpa membedakan suku, ras, golongan dan agama. (2) Melaksanakan pengelolaan jasa perhotelan yang amanah dan akuntabel. (3) Menjadikan Hotel Syariah sebagai pendukung utama Yayasan Muslimin Kota Pekalongan untuk operasional lembaga dalam melaksanakan fungsi sosial keagamaan. (4) Menjadikan Hotel Syariah sebagai ikon *Buildings Islamic Business Center*.

Melihat inovasi *religion brand* syariah ini tentu akan mengurangi dampak miring dunia pariwisata yang penuh dengan kenegatifan. Suatu isu umum dalam masalah muamalah. Penelitian ini bertujuan membahas penerapan manajemen dengan pendekatan *Maqasid as-Syariah* dengan studi kasus di Hotel Syariah Pekalongan. Memang capaian *religion brand* syariah ini tidak bisa sempurna karena harus memenuhi syarat prinsip-prinsip syariah muamalah dan manajemennya berdasarkan fungsi manajemen syariah. Studi ini akan berusaha memberi solusi atas inovasi *religion brand* melalui pendekatan *Maqasid as-syariah*. Ini perlu dibahas karena dididasarkan pada sebuah kaidah fikih yang menyebutkan bahwa 'apa yang tidak bisa dilaksanakan seluruhnya, jangan ditinggalkan sebagiannya' sehingga dengan demikian aktifitas muamalah tetap eksis dengan tanpa ditinggalkan oleh pengikutnya.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Perkembangan praktik ekonomi Islam dari berbagai aspeknya telah menunjukkan catatan pertumbuhan yang mengesankan baik dari sisi aset, pelaku maupun kantor cabang yang cukup menggembirakan. Untuk menyambut perkembangan tersebut beberapa strategi dibuat untuk mengembangkan ekonomi Islam. Menurut Harjito (2008) salah satu strategi pengembangannya memperhatikan dua aspek mendasar yaitu aspek konseptual/ akademis dan aspek implementasi/ praktis. Menurutnya pengembangan

aspek konseptual lebih menekankan pada pengembangan ekonomi Islam sebagai ilmu atau sistem, sedang pengembangan aspek implementasi menekankan pada pengembangan ekonomi Islam yang diterapkan pada lembaga-lembaga bisnis yang menerapkan prinsip syariah dalam menjalankan bisnis usahanya (Tim Penulis MSI UII, 2008). Karakteristik pemasaran syariah menjadi sangat penting dijalankan oleh perusahaan yang berbasis syariah (Perwitasari, M. R. dkk. 2015). Hotel Syariah dapat menjadi salah satu lembaga bisnis dengan penerapan prinsip syariah sebagai landasan didalamnya. Oleh karenanya spiritual marketing dalam sebuah manajemen dapat mencapai solusi keadilan dan transparansi bagi semua orang yang terlibat dalam kegiatan bisnis (Fahrudin, M. A., dkk. 2018). Sebagaimana lembaga bisnis lainnya Hotel Syariah juga memberi andil bagi kemajuan ekonomi dan keberadaannya mulai di perhitungkan karena terlepas dari fluktuasi ekstrim dari perubahan kebijakan ekonomi makro.

1. Pengertian Hotel dan Hotel Syariah

Hotel menurut literasi berarti bangunan berkamar banyak yang disewakan, tempat menginap orang yang sedang dalam perjalanan (Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, 2008). Pengertian hotel menurut Proprietors Act, 1956 (dalam Sulastiyono, 2006) menjelaskan bahwa hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus, yang dimaksud adalah perjanjian seperti membeli barang yang disertai dengan perundingan-perundingan sebelumnya. Menurut Glolier Electronic Publishing Inc. (Sulastiyono, 2006), menyebutkan bahwa hotel adalah usaha komersial yang menyediakan tempat menginap, makanan, dan pelayanan-pelayanan lain untuk umum.

Dalam upaya menertibkan perhotelan di Indonesia, sebelumnya pemerintah membuat regulasi yang dituangkan dalam Surat Keputusan Menparpostel No. KM 37/PW.340/MPPT-86, tentang Peraturan Usaha dan Penggolongan Hotel. Bab I, Pasal 1, ayat (b) dalam Surat Keputusan tersebut menyebutkan hotel adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman serta jasa penunjang lainnya bagi umum yang dikelola secara komersial.

Hotel Syariah juga memberi pelayanan dan manfaat yang lebih dari sekedar hotel pada umumnya. Hotel Syariah dengan memakai prinsip-prinsip syariah dalam hal pelayanan, fasilitas bahkan jasa manfaat telah sesuai menurut garis-garis ketentuan dalam memberi pelayanan kemaslahatan pengunjungnya. Dengan memakai prinsip syariah, hotel dapat memberi pelayanan yang bukan sekedar sifatnya jasmaniah tetapi merambah keruhaniah, karena dalam syariah memberi fasilitas berdasarkan kerangka dan ketentuan garis-garis syariat Islam sehingga tidak hanya member rasa aman secara lahiriah tetapi secara batiniah. Hotel Syariah akan memegang prinsip menjaga dan mendukung kepentingan pemerintah termasuk menjaga kode etik pariwisata baik nasional maupun internasional. Menurut Fahrudin dkk. (2018) Hotel Syariah dapat menjadi model spiritual marketing yang penting sebagai media pemasaran pariwisata (El-Dinar., 2018). Jadi Hotel Syariah merupakan suatu bentuk jasa penginapan yang menurut undang-undang berlaku, mulai dari perencanaan, tujuan, dan kemanfaatannya telah memenuhi pola berdasarkan prinsip syariat Islam.

2. Manajemen Syariah

Kata manajemen berarti mengatur segala sesuatu yang dilakukan melalui orang lain. *Oxford English Dictionary*, menyebut kata *manage* berasal dari dua kata *man* (manusia atau seseorang) dan *age* yang berarti usia, dimana proses manusia atau orang menjadi seseorang laki-laki dewasa (*Oxford English Dictionary*, 1971). Secara historis memang seorang laki-laki dewasa adalah orang yang bertanggung jawab untuk mengatur bisnis keluarga dan memikul semua tanggung jawab keluarga. Manajemen berarti mengatur segala sesuatu yang dilakukan melalui orang lain. Dalam bahasa arab kata manajemen berasal dari kata *idarah*. Berasal dari kata *daara* yang berarti berjalan di sekitar. Makna *idarah* diatas tidak lepas dari cara-cara manusia untuk memperoleh hasil sesuai yang direncanakan (Ahmaed Mustafa Abo Hebeish, 2005). Dalam konteks bisnis, *idarah* berarti berjalan melalui cara normal atau cara yang direncanakan. Istilah manajemen juga memiliki kaitan erat dengan aktifitas manusia, meski menurut Giyanto kalimat manajemen sulit didefinisikan secara tepat (UNILib, Vol. 1, 2008). Dalam syariat Islam,

manajemen berarti mengatur segala sesuatu agar dilakukan dengan baik tepat dan terarah merupakan sesuatu yang disyariatkan ajaran Islam (Didin Hafidudin, 2003).

3. Maqasid al-Syariah

Kata *maqasid al-syariah* bermakna tujuan penerapan hukum (Fathurrahman Jamil, 1999). Ini melihat bentuk susunan kata yakni *maqasid* dan *al-syariah*. Kata *maqasid* (مقاصد) ada yang menyebut berasal dari bentuk jama' (قصد) yang berarti kesengajaan atau tujuan. Sedang kata *al-syariah* secara bahasa berarti المواضع تدر الى الماء yaitu jalan menuju sumber air (Ibn Mansur Al Afriqi VIII, tt). Menurut Fazlurahman (1984) syariah berarti jalan menuju sumber air yang dapat berarti jalan ke arah sumber pokok kehidupan. Jadi tujuan yang terkandung didalam *maqasid al-syariah* adalah untuk memelihara kemaslahatan manusia, baik didunia maupun di akhirat sekaligus untuk menghindari mafsadat, baik didunia maupun diakhirat. Kemaslahatan yang terkandung itu tidak hanya dilihat dalam arti tehnik, akan tetapi dalam upaya dinamika pengembangan hukum dilihat sebagai suatu yang mengandung nilai filosofis dari hukum-hukum yang disyariatkan Tuhan terhadap manusia. Dalam konteks muamalah menurut Fathurrahman Jamil (1999) bahwa modernisasi, dalam arti meliputi segala macam bentuk muamalah di izinkan oleh syari'at Islam. Jadi konsep dan penerapan manajemen Islami dalam bisnis sekarang merupakan bagian integral dari *maqasid al-syariah*.

C. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research). Objek penelitiannya manajemen Hotel Syariah dengan pendekatan maqasid al-syariah. Penulis memandang obyek ini penting dikaji untuk mengetahui format ideal dari sebuah muamalah Islami dalam bisnis syariah khususnya bidang perhotelan di Indonesia. Objek yang diteliti akan di kaitkan dengan fungsi syariah, dimana nilai-nilainya tidak keluar dari refleksi *maqasid al-syari'ah*. Dengan refleksi maqasid al-syariah, diharapkan *brand* syariah dapat memberi pengaruh positif dalam format muamalah berbasis syariah di Indonesia.

Metode penelitian ini menggunakan deskriptif eksploratif kualitatif, artinya dalam suatu penelitian memaparkan hal-hal yang sesuai dengan keadaan fakta yang ada untuk mendapat informasi yang benar dan akurat dalam kerangka pengembangan teori dan lokasi penelitiannya di Hotel Syariah Pekalongan. Teknik pengumpulan datanya dengan cara dokumentasi, observasi dan interview. Sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah konstituen Hotel Syariah Pekalongan yang memiliki representasi keterangan yang memadai. Menurut Sugiono (2001) teknik ini dipakai berdasarkan secara kebetulan karena hanya sebagai sampling populasi dan hasil penelitian ini akan digeneralisasikan pada seluruh populasi (Sugiyono, 2001: 56).

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Konsep dan Sistem Manajemen Hotel Syariah Pekalongan

Hotel Syariah Pekalongan merupakan bagian integral dari Yayasan Muslimin Kota Pekalongan. Momen penting yang pernah diraihnya berupa peningkatan hunian (*occupancy*) yang selama berdiri menunjukkan peningkatan. Berdasarkan laporan hasil kondisi, pada tahun 2008 tingkat hunian mencapai 33,95 % dan pada tahun 2009 mencapai 52,32 % sedangkan di tahun 2010 telah meningkat menjadi sebanyak 59.75 %. Ini menunjukkan agregat pasar bisnis syariah yang memiliki peluang. *Branding* syariah terbukti mampu menarik simpati konsumen, bahkan sampai golongan non muslim.

Pengurus menyebut visi, misi dan motto sebagai basis nilai. Menurut pihak manajemen, nilai-nilai tersebut bukan sekedar *trend*, akan tetapi sebuah motifasi jalan hidup (*way of life*) yang dapat membumikan konsep-konsep dan sistem manajemen secara syar'i. Kemudian pihak manajemen juga memakai suatu konsep dan sistem manajemen sesuai syariah. Konsep tersebut merupakan harga final karena menurut Siti Aisyah sejak awal para pendiri ingin *brand* syariah dipakai untuk meneguhkan hati mereka. Menurutnya rinsip syariah menjadikan Hotel Syariah Pekalongan berbeda dengan Hotel Konvensional. Bangunan yang dimotivasi oleh norma syariah menjadikan operasionalnya berjalan sesuai syariah sehingga pendiriannya bukan emosi bisnis semata melainkan atas dasar motivasi syariah untuk meneguhkan ketakwaan para pendirinya.

Sebagaimana penjelasan diatas, gambaran konsep dan sistem manajemen Hotel Syariah Pekalongan dapat dilihat melalui visi, misi dan mottonya. Sebab dari

sinilah akan ditemukan mengenai nilai-nilai konsep dan dasar sistem manajemennya yang sejati. Menurut pengelola, konsep dan sistem manajemen Hotel Syariah Pekalongan berpedoman dengan dua aspek: *Pertama* berpedoman dengan prinsip syariah muamalah dan *kedua* berpedoman pada sistem fungsi manajemen syariah. Dalam prinsip-prinsip syariah muamalah Islam memberikan konsep sebagai berikut:

- a. Prinsip *Amar Ma'ruf nahi Munkar*. Prinsip ini maksudnya mengajak, melakukan perbuatan yang *ma'ruf*, yaitu perbuatan yang baik dan terpuji seperti berbuat tolong menolong (*ta'awun*) (QS. Al-Maidah [5]: 3). Saling memberi saran yang baik, menegakkan keadilan, meningkatkan kesejahteraan, dan lain-lain. Sedang *nahi mungkar* yakni mencegah perbuatan yang tidak baik, mencegah perbuatan yang merusak baik bagi dirinya maupun untuk orang lain (QS. Annisa [4]: 29). Konsep tersebut bagi muslim adalah wajib karena sejalan dengan perintah al-Qur'an dan al-Sunah.
- b. Prinsip Penegakkan Kebenaran. Maksudnya ajaran Islam merupakan metode Ilahiah untuk menegakkan kebenaran sekaligus menghapus kebatilan. Tujuannya untuk menciptakan masyarakat yang adil, sejahtera serta di diridhai Tuhan. Konsep penegakkan kebenaran ini jelas diukur menurut norma ajaran Islam.
- c. Prinsip Penegakkan Keadilan. Hukum Islam mewajibkan umat untuk berlaku adil, kapanpun dan dimanapun. Siapapun orangnya selagi masih menikmati kehidupan ini harus berlaku adil karena diperintahkan oleh Allah Yang Maha Kuasa (QS. Annisa' [4]: 29). Adil disini tidak mengenal keadaan senang maupun susah. Prinsip keadilan tidak memandang apa dan siapa status seseorang dalam memperoleh hak-haknya sebagai manusia yang lahir menurut fitrahnya. Karenanya dalam menegakkan keadilan dengan cara parsial saja tidaklah tepat.
- d. Prinsip *La Tazhimun wala Tuzhlamun*. Dalam muamalah Islam dikenal prinsip segala perbuatan asal hukumnya boleh dilakukan kecuali ada dalil Al-Quran dan Hadis yang melarangnya. Pada jasa perhotelan syariah, prinsip *la tazhimun wala tuzhlamun* menjadi pegangan (QS. Al-Baqarah [2]: 272). Teks ini sejalan dengan hakekat manusia untuk saling melindungi dan saling menjaga agar jauh dari kerusakan. Sebagai jasa Islami yang relatif baru, peran prinsip ini dibutuhkan sebagai upaya pemaknaan ajaran agama dalam hal muamalah. Pendalaman terhadap prinsip ini akan menjadi konsekuensi lahirnya *falah* di dunia agar suatu manajemen berjalan sesuai syariah. Sejalan dengan *branding* syariah, tentunya tidak etis bila prinsip ini dilalaikan. Prinsip *la tazlimuna wala tuzlamun* diambil sebagai syarat logis bahwa jasa dengan basis syariah berjalan dengan kaidah muamalah. Pertimbangannya akan tetap berpegang untuk menghindari transaksi muamalah yang terlarang (Lihat Adiwarmanto A. Karim, 2004).
- e. Prinsip Amanah. Prinsip ini yakni menjalankan kepercayaan dari seseorang untuk melaksanakan tugas dan kewajiban. Seseorang merasa terbebani bila dalam prinsip ini tidak termotifasi apapun dalam hidupnya. Dan mustahil akan sukses bila prinsip ini diabaikan. Oleh karena itu al-Qur'an dengan jelas mengajak umat Islam untuk menjalankan amanahnya (QS. Al-Maidah [5]: 1). Dan tujuan dari prinsip amanah tiada lain sebagai pengingat bagi manusia agar keluar dari siksa api neraka (QS. Atthalaq [65]: 12).
- f. Prinsip *Kemaslahatan Ummah*. Prinsip dalam sistem manajemen Hotel Syariah Kota Pekalongan selanjutnya adalah *maslahat ummah*. *Maslahat* mengandung maksud bahwa prinsip ini sejalan dengan konsep *maqasid al-syariah* Imam al-Syatibi. Yakni sebuah prinsip dalam konteks muamalahnya dengan tidak keluar dari *maqasid al-khamsah*. Dalam konsep ini yang menjadi landasannya adalah menegakkan kesejahteraan bagi konsumen yang sesuai. Kesejahteraan ini mencakup pemeliharaan dan peningkatan mutu hidup terhadap unsur-unsurnya yakni agama, jiwa, akal, keturunan dan harta (Adiwarmanto A. Karim, 2004)

Sedang dalam sistem fungsi manajemen syariah, Hotel Syariah Pekalongan mengadopsi empat fungsi manajemen konvensional. Keempat fungsi manajemen tersebut berupa fungsi perencanaan (*planning*), fungsi pengorganisasian (*organizing*), fungsi pengawasan (*controlling*) dan fungsi pengarahan (*actuating*). Berikut uraian mengenai fungsi manajemen tersebut:

- a. Fungsi Perencanaan (*Planning*). Fungsi perencanaan secara leksikal berarti rancangan (rangka sesuatu yang akan dikerjakan), konsep naskah, program.

Secara manajemen, perencanaan (*planning*) adalah kegiatan awal dalam sebuah pekerjaan dalam bentuk memikirkan hal-hal yang terkait dengan pekerjaan itu agar mendapat hasil yang optimal (Didin Hafidudin dan Hendri T., 2006). Perencanaan merupakan sebuah kebutuhan baik bagi diri sendiri maupun dalam suatu organisasi. Gambaran mengenai konsep manajemen dalam fungsi perencanaan Hotel Syariah Pekalongan ini bersentuhan dengan hadis Rasulullah yang artinya: "Jika engkau ingin mengerjakan sesuatu pekerjaan maka pikirkanlah akibatnya maka jika perbuatan itu baik ambillah dan jika perbuatan itu jelek maka tinggalkanlah" (HR. Ibn Mubarak).

- b. Fungsi Pengorganisasian (*Organizing*). Fungsi organisasi ini penting dalam rangka untuk menjalankan roda manajerial. Apapun bentuknya, organisasi dalam suatu komunitas diperlukan. Salah satu tujuan suatu organisasi adalah untuk menciptakan interaksi bagian satu dengan bagian lainnya karena semua memiliki tugas dan peran masing-masing (Muhammad, 2006). Dalam fungsi pengorganisasian, Hotel Syariah Pekalongan telah memiliki standar sistem organisasional yang meliputi Badan Pembina, Pengurus dan Pengawas. Masing-masing badan tersebut mempunyai fungsi sendiri dengan hak dan kewajibannya. Akte Yayasan sebagai Anggaran Dasar yang kemudian dilengkapi dengan Anggaran Rumah Tangga melalui Pleno Organisasi. Sehingga *staffing* dan struktur personalia yang telah ditetapkan oleh pengurus. Menurut Hj. Aisyah, pengelolaan unit-unit usaha *Islamic Business Center* dilaksanakan oleh Pengurus yang dipantau oleh Pengawas dan dibawah binaan Pembina Yayasan.
- c. Fungsi Pengawasan (*Controlling*). Pengawasan selaras dengan kata awas yang bisa berarti dapat melihat baik-baik. Pengawasan (*controlling*) menyangkut pelaksanaan-pelaksanaan dengan menentukan tujuan-tujuan, menentukan sebab-sebab penyimpangan-penyimpangan dan mengambil tindakan-tindakan korektif yang di anggap perlu. Pengawasan dalam pandangan Islam dilakukan untuk meluruskan yang tidak lurus, mengoreksi yang salah dan membenarkan yang hak. Dalam konsep fungsi pengawasan proses pengawasan dalam pengelolaan Hotel Syariah Pekalongan dilakukan melalui standar kegiatan sebagai berikut (Muhammad, 2006): (1) Menentukan standar sebagai ukuran, (2) Pengukuran dan pengamatan terhadap jalannya operasi berdasarkan rencana yang telah ditetapkan. (3) Penafsiran dan perbandingan hasil dicapai dengan standar sesuai yang diminta. (4) Melakukan tindakan koreksi langsung terhadap penyimpangan. (5) Penelaahan perbandingan hasil akhir (*output*) dengan *input*.
- d. Fungsi Pengarahan (*Actuating*). Pengarahan berarti jurusan atau tujuan. Pengarahan dapat juga berarti proses, cara, perbuatan untuk mencapai tujuan (Didin Hafidudin dan Hendri T, 2006). Jadi rumusan *actuating* dalam suatu manajemen adalah suatu fungsi pembimbing dan pemberian pimpinan serta penggerakkan orang agar kelompok itu suka dan mau bekerja (Jawahir Tanthowi, 1996). Mengarahkan dapat berupa teguran yang bersifat positif, yakni teguran yang membangun motifasi kearah kebaikan. Menurut Jawahir tekanan terpenting dalam pengarahan adalah tindakan membimbing, mengarahkan, menggerakkan, agar bekerja dengan baik, tenang, tekun sehingga dipahami fungsi dari deferensiasi tugas masing-masing.

2. Penerapan Konsep dan Sistem Manajemen Hotel Syariah Pekalongan.

Sebagaimana dalam penjelasan diatas bahwa dalam konsep dan sistem manajemen Hotel Syariah Kota Pekalongan memakai perinsip-prinsip syariah muamalah sebagai pedomannya dan memakai fungsi manajemen syariah sebagai pedoman dalam sistem manajemennya. Ekplorasi mengenai penerapan konsep dan sistem manajemen Hotel Syariah Kota Pekalongan ini diuraikan sebagai berikut:

- a. Prinsip *Amar Ma'ruf nahi Munkar*. Kontek penerapan *amar ma'ruf nahi munkar* dalam manajemen Hotel Syariah Pekalongan dilakukan seperti melarang bagi pengunjung yang bukan pasangan suami istri. Meski memiliki identitas yang jelas, seperti KTP dan alamat jelas namun bila catatan nikahnya tidak terbukti maka akan dilarang masuk. Berdasarkan pengalaman, identitas seperti Kartu Tanda Penduduk (KTP) bagi pengunjung disuruh untuk menunjukkan. Disini pihak manajemen akan melihatnya dengan teliti. Kemudian statusnya dipertanyakan, apakah benar suami istri atau bukan. Dan bila identitas KTP tidak sesuai maka identitas akan dicocokkan dengan buku nikah yang sah. Menurut pihak manajemen langkah itu sebagai antisipasi hal-hal yang tidak diinginkan dan dapat bertentangan dengan prinsip syariah.

- b. Prinsip Penegakkan Kebenaran. Kontek dalam penerapan prinsip ini diantaranya pengunjung dilarang membawa benda-benda berbahaya yang dapat mengganggu ketertiban umum. Hal ini bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang aman dan nyaman bagi pengunjung dan tamu hotel. Penerapan prinsip ini merupakan tugas pihak manajemen dalam melakukan ajaran yang di syariatkan Islam. Penegakkan kebenaran bertujuan untuk menciptakan masyarakat yang adil, sejahtera serta di diridhai Tuhan. Sisi lain dari penerapan dari prinsip ini diantaranya pihak manajemen memberi fasilitas secara ideal bagi pengunjung seperti tempat ibadah.
- c. Prinsip Penegakkan Keadilan. Penerapan dalam prinsip ini yakni berupa adanya perlakuan yang sama antara pengunjung muslim dan non muslim. Bagi non muslim bila memasuki Hotel Syariah Pekalongan tak diperkenankan melakukan sesuatu atau membawa sesuatu yang melanggar syariat Islam. Seperti membawa minuman beralkohol, membawa wanita yang bukan sahnya. Itupun juga berlaku bagi pengunjung muslim. Tiada toleransi bagi siapapun pengunjung yang telah jelas melangkahi ketentuan syariah. Ketentuan syariah berlaku bagi siapapun pengunjung dan bila merasa keberatan secara tegas pihak manajemen dapat melakukan paksa. Selain untuk menjauhkan Hotel Syariah dari kerusakan moral sekaligus kenyamanan dan ketengan hotel betul-betul terjaga.
- d. Prinsip *La Tazhimun wala Tuzhlimun*. Prinsip *la tazhlimun wala tuzhlimun* memandang bahwa dalam muamalah dikenal tidak boleh dizalimi dan tidak boleh menzalimi. Intinya untuk menyelamatkan pengelola dan konsumen dari kerusakan. Berbagai fasilitas dengan berbagai varian tentu mengundang nafsu, namun dalam Hotel Syariah Pekalongan fasilitas yang diprioritaskan bagi konsumen dengan tidak mengganggu kesehatan dan kenyamanan. Penerapan dalam prinsip ini pihak manajemen telah menjaga konsekuensi agar manajemen berjalan sesuai syariah. Oleh karenanya fasilitas manfaat dari segi kenyamanan dan keamanan bagi pengunjung betul diperhatikan. Penerapan dalam prinsip ini pihak manajemen menghindari secara total segala transaksi muamalah yang terlarang menurut syariat Islam (Adiwarman A. Karim, 2004). Dalam penerapan lainnya Hotel Syariah Pekalongan menyediakan makanan yang memiliki kejelasan halalnya dan fungsinya bermanfaat. Hal itu diwujudkan seperti penyediaan cafe atau kuliner Islami dengan nama "Thayyibah". Yang mana didalamnya menyediakan makanan dan minuman yang 100 % halal.
- e. Prinsip Amanah. Penerapan dari prinsip ini berupa pelaksanaan manajemen yang dikerjakan secara tanggung jawab. Seperti umumnya perusahaan, pihak manajemen selalu memberi peringatan secara berkala kepada staf dan seluruh karyawan untuk menjalankan amanah. Seluruh staf memperoleh peringatan (*warning*) bila lalai dalam tugas. Pihak manajemen tidak segan-segan memberi ketegasan dan memberi sanksi bilamana terjadi pelanggaran. Seluruh staf Hotel Syariah betul-betul diajari laku kesopanan.
- f. Prinsip Kemaslahatan. Penerapan dalam prinsip kemaslahatan mengandung maksud bahwa prinsip ini sejalan dari konsep *maqasid al-syariah*. Penerapan dalam prinsip ini yang menjadi landasan adalah menegakkan kesejahteraan bagi konsumen sesuai syariah. Kesejahteraan ini mencakup pemeliharaan jasmaniah pengunjung terhadap unsur-unsur agama, jiwa, akal, keturunan dan harta (Adiwarman A. Karim, 2004). Salah satu contoh prinsip ini adalah upaya pihak manajemen memberi kepuasan pada konsumen dengan menyediakan makanan yang bernilai sehat (baik) dan halal. Caranya disesuaikan menurut kebutuhannya. Dengan upaya itu akan terjadi hubungan yang harmonis antara pihak jasa dan konsumen sehingga kemaslahatan dapat terpenuhi.

3. Penerapan Fungsi Manajemen Syariah.

Penerapan fungsi manajemen pada Hotel Syariah Pealongan tercover kedalam empat fungsi manajemen sebagai berikut:

- a. Penerapan Fungsi Perencanaan (*planning*). Seperti maknanya bahwa perencanaan memiliki arti rancangan atau rangka sesuatu yang akan dikerjakan. Dalam Hotel Syariah Pekalongan perencanaan tercermin kedalam suatu konstruksi melalui proses-proses meliputi *forecasting, obyective, policies, programing, prosedures*, dan *budget*. Untuk menerapkan secara optimal fungsi perencanaan (*planning*) dalam Hotel Syariah Pekalongan dijalankan yang diantaranya penerapannya sebagai berikut:

- 1). *Forecasting*. Langkah penerapan yang dilakukan pihak manajemen Hotel Syariah adalah melakukan peramalan usaha. Ramalan itu telah diformulasikan dalam sebuah rancangan yang disebut Target Percepatan capaian BEP (*Break Eventpoint*). Untuk mewujudkan itu maka dibentuklah sebuah upaya kerangka dalam percepatan capaian BEP (*Break Eventpoint*) tersebut dengan melakukan: 1). Efisiensi Biaya Pembangunan, 2). Pelunasan Hutang (dana pendamping) dan 3). Strategi Percepatan Capaian BEP.
- 2). *Obyective*. Penerapan dalam fungsi 'obyektive' ini telah di uraikan dengan jelas dalam Profile Institution Hotel Syariah Pekalongan. Menurut penjelasan didalamnya, untuk memperoleh target capaian *Break Eventpoint* (BEP) tersebut jumlah pendanaan biaya yang dibutuhkan untuk pembiayaan proyek percontohan wakaf produktif berupa pembangunan gedung bisnis center dengan nilai sebesar Rp. 3.128.670.500,- dengan rencana prediksi pemasukan pertahun Rp. 487.940.000,-. Asumsi pencapaian BEP dapat dirumuskan secara obyektif dengan langkah perhitungan sebagai berikut:

 $\text{Rp.3.128.670.500 : Rp.487.940.000} = 6,41 \text{ Tahun} \times 360 \text{ Hari} = 2307 \text{ Hari}$

- 3). *Policies*. *Policies* atau rencana kegiatan (*plan of action*) merupakan pedoman pokok yang diadakan suatu badan usaha untuk menentukan kegiatan secara rutin. (Muhammad, 2006) Penerapan 'policies' pada Hotel Syariah Pekalongan adalah pendayagunaan hasil usaha proyek percontohan wakaf produktif yang dikelola Yayasan Muslimin Kota Pekalongan. Pedomannya telah direncanakan dengan cermat dan tepat dan sasarannya sesuai amanat dan ketentuan dari Ditjen Bimmas Islam Kemenag RI.
 - 4). *Programmes*. *Programmes* adalah sederetan kegiatan yang digambarkan untuk melaksanakan *policies*. Program merupakan kegiatan yang dinamis, biasanya dilakukan bertahap, dan terkait ruang dan waktu (Muhammad, 2006). Semakin cepat manfaat wakaf diterima oleh *mauguf alaih* maka akan semakin baik. Semakin besar manfaat yang dirasakan oleh *mauguf alaih* maka wakaf tersebut dikatakan berhasil dalam pengelolaannya. Realisasi program diatas, kegiatannya berupa *pemberian beasiswa*. Sasarannya adalah yatim, piatu dan atau yatim piatu tidak mampu, beasiswa siswa berprestasi tidak mampu tingkat SD/MI, SMP/MTs, SMA/Aliyah dan Perguruan Tinggi. Sedangkan program lainnya berupa:
 - 5). *Prosedures*. *Procedures* merupakan suatu gambaran sifat atau metode untuk bagaimana cara melaksanakan suatu kegiatan itu. Penerapan dari prisedur ini, pihak manajemen Hotel Syariah Pekalongan mengacu pada capaian target tergantung dari keberhasilan percepatan capaian BEP (*Break Evenpoint*) melalui aplikasi strategi *market penetration*. Asumsi tersebut dikatakan berhasil apabila pada tahun ketiga dari Oktober 2010 sudah diperoleh BEP. Menurut M. Nofel perencanaan *procedure* ini pada tahun pertama dan kedua Insya Allah dilaksanakan program penggunaan dana Pasca Waktu Impas kearah bidang sosial dengan target Tahun 2012 sudah terdistribusi semua ke *mauguf alaih*. Tahun ketiga (2013) direncanakan mulai beroperasi Koperasi Muslimin dan pemindahan sekolah (TK dan Play Group) ke lahan Pusat Pendidikan Anak Terpadu. Sehingga pada tahun ketiga jumlah kamar Hotel Syariah Pekalongan menjadi 27 kamar. Dengan demikian kapasitas *occupancy* bertambah, daya jual menjadi semakin banyak tentunya menambah peningkatan pada *Income* (Muhammad, 2006)
 - 6). *Budget*. *Budget* merupakan suatu taksiran atau perkiraan biaya yang harus dikeluarkan dan pendapatan yang diharapkan dapat diperoleh dimasa yang akan datang (Muhammad, 2006). *Budget* dapat dinyatakan dalam bentuk waktu, uang, material dan unit-unit yang melaksanakan pekerjaan untuk memperoleh hasilnya (Muhammad, 2006). Penerapan *buget* di Hotel Syariah Pekalongan tercover dalam rancangan Dana Pasca Impas, yang mana didalamnya berisi uraian mengenai target-target peran maupun prioritas santunan oleh Hotel Syariah Pekalongan.
- b. Fungsi Pengorganisasian (*organizing*). Seperti diketahui pengorganisasian Hotel Syariah Pekalongan telah memiliki standar sistem operasional. Organisasionalnya meliputi sebuah Badan Pembina, badan Pengurus dan badan Pengawas. Masing-masing badan tersebut mempunyai fungsi dalam melaksanakan tugas dan

kewajibannya. Menurut ketentuannya struktur kepengurusan organisasi dan manajerial pengelolaan Yayasan Muslimin terdiri terdiri dari Badan Pembina, Pengurus dan Pengawas.

- c. Fungsi Pengawasan (*controlling*). Pengawasan atau *controlling* menyangkut pelaksanaan-pelaksanaan dengan menentukan tujuan-tujuan menentukan sebab-sebab penyimpangan-penyimpangan dan mengambil tindakan-tindakan korektif yang dianggap perlu. Dalam setiap bentuk kepemimpinan atau organisasi yang bagaimanapun, maka proses pengawasan merupakan sesuatu yang musti ada. Fungsi pengawasan ini bertujuan untuk meneliti dan memeriksa apakah pelaksanaan tugas-tugas perencanaan semula betul-betul dikerjakan (Jawahir Tanthowi, 1996). Hal ini untuk mengetahui apakah terjadi suatu penyimpangan, kebocoran, penyalahgunaan, kekurangan dalam pelaksanaan tugas-tugas dan sekaligus untuk mengetahui jika sekiranya terdapat segi-segi kelemahan didalamnya. Penerapan sistem fungsi pengawasan dalam Hotel Syariah Pekalongan dibuat untuk memperhatikan kesesuaian *input* dengan *output*nya. Menurut Siti Aisyah pendapatan tiap bulan akan ditanyakan, minimal kepada petugas resepsionis (Khotimah). *Input* perbulan secara berkala akan diperiksa sekaligus *output*nya untuk mengetahui sejumlah pemasukan bersih. Menurutnya setiap tiga bulan pihak manajemen harus melakukan pembukuan yang hasilnya disampaikan kepada Kemenag.
- d. Fungsi Pengarahan (*actuating*). *Actuating* merupakan bagian dari kelompok atau manajemen organisasi yang tak dapat dipisahkan. Istilah yang dapat dikelompokkan kedalam fungsi *actuating* ini dapat berupa *directing* (attaujih) (Jawahir Tanthowi, 1996), *commanding*, *leading*, dan *koordinating*. Penerapan fungsi *actuating* ini dalam manajemen Hotel Syariah Kota Pekalongan memakai pola pelatihan-pelatihan bagi karyawan secara rutin. Pelatihan dilalakukan secara rutin dan berkala dengan jarak ada yang tiga bulan dan ada yang sertiap enam bulan sekali. Bahkan bila dianggap perlu dilakukan setiap saat. Hai itu bila terkadang akan ada kedatangan tamu atau pengunjung yang berasal dari luar kota ataupun pada acara-acara tertentu. Penerapan dalam fungsi pengarahan (*actuating*) dapat melalui beberapa metode, namun biasanya berkaitan yang berupa kabar atau informasi mengenai keberhasilan, keberuntungan, kesuksesan dalam *planning*nya. Demikian juga dapat berkaitan dengan sebaliknya memberi informasi tentang keburukan atau akibat-akibat fatal. Sehingga selama tenggang waktu, fungsi-fungsi pengarahan harus dijalankan sebagaimana mestinya untuk menanggulangi kefatalan-kefatalan tersebut.

4. Analisis penerapan manajemen Hotel Syariah Pekalongan

Telah dijelaskan sebelumnya bahwa dalam konsep dan sistem manajemen Hotel Syariah Pekalongan berpedoman memakai dua hal. *Pertama* memakai pedoman prinsip-prinsip syariah muamalah sebagai konsep manajemennya dan *kedua* memakai pedoman fungsi manajemen syariah dalam sistem manajemennya. Setelah melihat hal-hal berkaitan dengan penerapan konsep dan sistem manajemen tersebut, ada tiga hal yang dapat dipetik terkait dengan semangat penerapan konsep dan sistem manajemen Hotel Syariah Pekalongan. *Pertama* mengenai analisis implementasi *maqosid al-syariah* muamalah, ini terkait dengan fungsi syariah, *kedua* mengenai analisis standar implementasi manajemen syariah yang terkait nilai-nilai dan sifat-sifat standar manajemennya dan *ketiga* analisis cita-cita integrasi perdagangan Islami yang terkait dengan tujuan serta manfaat terjadinya integrasi ekonomi Islami.

a). Analisis Implementasi Pendekatan *Maqasid al-syariah*.

Para ulama sepakat bahwa pokok-pokok tujuan syariah (*maqasid al-syariah*) memiliki tujuan mendasar dalam lima hal pemeliharaan: agama (*al-dih*), jiwa (*al-nafs*), akal (*al-aql*), keturunan (*al-nasl*) dan harta (*al-mal*) (al-Ghazali, tt). Kelima itu merupakan prinsip dari fungsi keuniversalan syariah yang mendasar. (QS. Al-Jasiyah [45]: 18). Karenanya syariah merupakan petunjuk Allah yang akan melindungi manusia di dunia sampai akhirat sebagaimana para nabi dahulu mewariskan syariat kepada umatnya. Mereka menyuruh umatnya untuk selalu takwa dan berpegang teguh kepada syariat agamanya. Isyarat tersebut sesuai dengan firman Allah dalam al-Qur'an QS. Al-Jasiyah [45]: 18.

Apa yang terkandung dalam syariat memuat kebaikan bagi manusia. Baik secara langsung ataupun tidak langsung aturan tersebut dibuat demi kelangsungan hidup manusia. Allah menciptakan langit dan bumi memiliki tujuan dan Dia menciptakan manusia juga memiliki tujuan. Oleh karena itu mustahil bila Allah sebagai pencipta syariat akan mempersulitkan manusia dalam hidupnya (QS. Al-baqarah [2]: 282).

Allahlah yang mengetahui secara pasti tujuannya itu. Dari sinilah lahir suatu keyakinan bahwa syariah diyakini memberi manfaat dan maslahat bagi manusia. Sebagaimana dikemukakan Muhammad Ayub (2009) bahwa tujuan-tujuan syariah sangatlah penting karena merefleksikan jiwa syariah dan membantu para ahli hukum Islam (*fuqaha*) dalam menentukan hal-hal yang diperbolehkan atas persoalan apapun berdasarkan Ijtihad dan Qiyas.

Ajaran syariah sebenarnya memberi jalan manusia agar hidup tenteram. Manusia dengan segala akal budinya diberi otoritas oleh Allah untuk mengetahui bagaimana sesungguhnya tujuan diciptakannya syariat. Oleh karena itu Allah memberi manusia kemampuan untuk menangkap rahasia-rahasia teks syariat tersebut untuk diterjemahkan kedalam kehidupannya. Maka dari itu dibutuhkanlah suatu metode agar isi maupun tujuan syariah dapat diterjemahkan dan tidak ditelan secara instan. Untuk mencapai tujuan itu tentu fungsi syariah harus dibedah. Bukan hanya pada akidah-syariah, tetapi menyangkut muamalah sampai aktifitas-aktifitas manusia sekarang ini. Fungsi syariah dapat memotivasi masyarakat mencapai ketaatan dan kejujuran, mencapai kualitas dan integritas. Sebagaimana dikatakan Umer Chapra (2001) bahwa syariah membantu masyarakat menanamkan kualitas kebaikan seperti ketaatan, kejujuran, integritas, kesederhanaan, dan perasaan kebersamaan yang dapat memberikan kontribusi terhadap proses pembangunan, keadilan, saling pengertian, kerjasama, kedamaian, keharmonisan sosial serta mengontrol tingkah laku yang dapat membahayakan manusia (M. Umer Chapra, 2001). Dalam perspektif muamalah, keterangan Capra tersebut menanamkan mengenai motifasi fungsi syariah dengan mengatakan bahwa syariah dapat menggunakan pengaruh moderatnya terhadap penggunaan sumber daya. Dari sinilah tujuan final syariat sehingga kebutuhan manusia terpenuhi.

Terkait dengan tujuan-tujuan syariah dan fungsinya, Muhammad Ayub (2009) membagi menjadi dua tujuan, yaitu tujuan primer dan tujuan sekunder. Tujuan primernya diwujudkan dalam bentuk perlindungan agama, kehidupan, keturunan, harta, intelek dan kehormatan. Sedang tujuan sekunder terdiri atas: (1) Penegakan keadilan dan kesamaan dalam masyarakat, (2) Peningkatan keamanan sosial, sikap saling membantu, dan solidaritas, (3) Pemeliharaan kedamaian dan keamanan, (4) Peningkatan kerja sama dalam hal kebaikan dan larangan perbuatan serta tindakan jahat (5) Peningkatan nilai moral universal yang utama dan semua tindakan yang perlu untuk pemeliharaan dan penguasaan alam.

Statemen Muhamad Ayub diatas perlu dipelajari mengenai peran syariah. Isi syariah harus dibedah sebagai upaya penerapan jiwa *maqasid* al-syariah menuju implementasi yang hakiki, yakni terwujudnya *falah* (kesejahteraan). Selanjutnya mengenai tujuan syariah itu Ayub mengatakan bahwa "tujuan-tujuan tersebut mungkin akan meliputi tidak hanya kesejahteraan secara ekonomi, tetapi juga persaudaraan manusia dan keadilan sosial-ekonomi, kedamaian dan kebahagiaan jiwa, serta keharmonisan keluarga dan sosial. Statement ini mengandung makna tujuan syariah luas cakupannya. Tidak hanya ruang ekonomi saja, tetapi lebih luas lagi mencakup sosialnya, termasuk perdamaian dan keharmonisan keluarga. Melalui bisnis syariah, fungsi syariah juga bisa diterapkan. Hal itu untuk merubah paradigma yang mengatakan dalam bisnisnya mengandung tujuan-tujuan spiritual. Tujuan ini dituntut oleh al-Qur'an agar kehidupan manusia memperoleh *falah* di dunia dan *falah* di akhirat (Muhamad Ayub, 2009). Seperti permasalahan dalam hal kredit macet yang timbul pada perbankan syariah penyelesaiannya menggunakan cara-cara musyawarah. Dalam hal jasa pelayanan dan fasilitas, prinsip syariah menerapkan segala fasilitas, manfaat serta maslahatnya mengandung kejelasan yang kita kenal dalam istilah *la tadzlimuna wala tudzlamun*. Salah satu konteksnya berupa penerapan syariah dengan harapan merubah dan memelihara *image* Hotel Syariah dari kenegatifan.

Sebagaimana Hotel Syariah Pekalongan, fungsi tersebut dipakai menjadi pedoman agar tercapai suatu kehidupan yang baik dan terhormat. Peningkatan hunian merupakan implementasi keberhasilan dari fungsi syariah itu. Yang mana peraturannya dibuat secara konsisten untuk memperoleh manfaat dari penerapan syariah. Meski secara tidak sadar umumnya Hotel Syariah memakai kaidah-kaidah *maqasid*, namun mereka tidak sampai pada dataran makna yang hakiki karena yang terlihat hanya sebuah format-format secara lahiriahnya saja dalam lingkup segi materi. Dalam hal keamanan agama misal tidak didukung dalam aspek tempat ibadah yang memadai. Dalam hal keamanan keturunan mereka tidak didukung pada seleksinya identitas sehingga pengunjung yang bukan mahram diperbolehkan menginap. Padahal ini jelas-jelas dilarang oleh agama Islam, yang secara tidak langsung akan merusak keturunan.

Kemudian dalam hal keamanan harta serta akal mereka tidak didukung pada aspek kepentingannya, yakni apa dan barang apa yang pengunjung bawa sehingga dalam menginap disalahgunakan untuk bisnis yang melanggar syariat. Semua itu bila dilihat secara cermat hanya terdapat pada Hotel Syariah, sedang hotel konvensional rasanya mustahil. Untuk itulah penulis berusaha mendekatkan implementasi *maqasid* dalam muamalah untuk mengambil pelajaran dan strategi penerapan *maqasid* al-syariah. Apakah didalam sebuah praktik muamalah Hotel Syariah dapat merelisasikan tujuan *maqasid* tersebut. Oleh karenanya *maqasid* memiliki tujuan universal, paling tidak pada sebagian Hotel Syariah sudah ada yang menyadari bahwa penerapan *maqasid* al-syariah memiliki kesamaan tujuan.

Dalam aktifitas muamalah Hotel Syariah, bila didalam sebenarnya telah memakai nilai-nilai dan prinsip dalam jiwa syar'iah yakni ilahiyah dan insanियah. Ini yang musti diketahui oleh pengunjung dan dipegang kuat-kuat karena bukan tidak mungkin akan mendapat tanggapan optimis dan pesimis.

Perkembangan ekonomi syariah Indonesia yang telah maju pesat ini perlu dijaga martabatnya agar terus berlanjut sehingga peradaban negeri ini bisa mencapai puncak tertinggi. Seperti dalam perbankan syariah kemajuan-kemajuannya telah tampak selama kurun waktu sepuluh tahun terakhir (Adiwarman A. Karim, 2004). Sinyalemen itu mengindikasikan bahwa perekonomian syariah mendapat sambutan positif. Oleh karena itu pendekatan *maqasid* sebagai upaya menjembatani praktek-praktek kesyariahan perlu di aplikasikan terutama dalam manajemen syariah untuk perhotelan.

Dataran implementasi pendekatan tersebut penting ditelusuri untuk memperoleh bentuk format syar'i yang benar-benar dapat mengimple-mentasikan ajaran Islam. Untuk memenuhi kesyar'iahnya menurut Hermawan Kerta Jaya dan Syakir Sula (2003), paling tidak dapat dirumuskan ke dalam aspek-aspek sebagai berikut: *Pertama* aspek pelayanan. Dalam aspek ini seorang petugas harus dapat menjalankan amanah dan memberi pelayanan yang sesuai dengan prinsip Islam. Pelayanan memberi arti penting bagi esensi adanya manajemen yang rapi. *Kedua* aspek fasilitas. Pada aspek ini fasilitas yang ada diharapkan dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Kebutuhan yang disyariatkan bagi konsumen tentunya tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip dan nilai-nilai aturan syariat Islam. *Ketiga* aspek manfaat. Aspek ketiga ini dalam hal bisnis sering bertentangan dengan syar'iat, akan tetapi konsumen masih tetap banyak yang melanggarnya. Seperti minuman beralkohol pada berbagai hotel konvensional tidak bisa dihindari. Format manajemen syariah aspek manfaat tidak boleh di tawar. Untuk itu segala hal yang meniadakan manfaat secara Islami harus dilarang. *Keempat* aspek tujuan. Aspek tujuan sebagai upaya menerapkan fasilitas yang syar'i harus diseleksi terlebih dahulu seperti pemeriksaan identitas bagi pengunjung, penyediaan alat-alat kebutuhan yang bermanfaat dan sebagainya.

b). Standarisasi Penerapan Manajemen Syariah

Adanya lembaga keuangan syariah di Indonesia merupakan berkah. Sejak mengikuti aturan perbankan tahun 1992 sampai sekarang masih eksis dan mampu menunjukkan peluang-peluangnya bagi perkembangan ekonomi Islam di Indonesia secara signifikan. Perannya tidak sedikit dalam upaya mengimplementasikan ekonomi lewat jalur syar'i. Dalam penerapan standarisasi manajemen syariah ini, paling tidak ada dua sumber yang menjadi acuan. *Pertama* menempatkan nilai-nilai dasar ekonomi Islami sebagai kebijakan aktifitas muamalah dan *kedua* menempatkan basis kebijakan kinerja yang mendukung atas nilai-nilai dasar tersebut.

Mengenai nilai-nilai dasar ekonomi, Islam telah memberi seperangkat nilai yang telah diyakini dengan segenap keimanan, dimana ia akan menjadi paradigma ekonomi Islam sehingga dalam bermuamalah sesuai dengan kehendak syariah. Nilai-nilai dasar ini (baik nilai filosofis, instrumental maupun institusional) didasarkan atas Al-Qur'an dan Sunnah yang merupakan sumber ajaran tertinggi dalam agama Islam. Sementara dalam ekonomi konvensional tidak memiliki dasar karena berasal dari rekayasa ilmiah manusia. Namun untuk memperoleh nilai-nilai dasar tersebut dibutuhkan seperangkat alat yang dapat menganalisis sehingga ditemukan sebuah aksioma-aksioma yang berlaku bagi kaidah sosial dan perilaku ekonomi.

Ada tiga yang mendasari nilai-nilai ekonomi Islami. Ketiga itu adalah: (1) tauhid, (2) keadilan dan (3) kebebasan dan tanggung jawab (MB. Hendri Anto, 2003). Namun beberapa ahli berbeda dalam merumuskan nilai-nilai dasar bagi ekonomi Islam tersebut diantaranya Syed Nawab Haidar Naqvi yang memberi nilai empat dasar yaitu: 1). Kesatuan atau tauhid, 2). Keseimbangan atau keadilan, 3). kehendak bebas dan 4). Pertanggungjawaban (Syed Nawab Haidar Naqvi, 1981). Umer Capra (2001) memandang nilai-nilai dasar tersebut berupa: 1). tauhid, 2). khilafah, dan 3). keadilan. Sementara

Chowdhury memandang nilai-nilai dasar berupa: 1). *tauhid and brotherhood*, 2). *work and productivity* dan 3). *distributional equity* (Chowdhury, 1995). Sedangkan Muhammad memandang nilai dasar itu berupa: 1). Tauhid, 2). Keadilan, 3). Keseimbangan, 4). Khilafah (peran negara), dan 5). *Ma'ad* (Muhammad, 2004).

Berangkat dari nilai-nilai dasar diatas manusia akan berpikir sehat dalam mencapai tujuan kearah kebaikan. Mereka akan melangkah dengan berperilaku sehat pula bila dalam aktifitasnya bertujuan untuk memperoleh kehalalan. Sehingga dengan nilai-nilai tersebut terbentuklah sebuah implementasi spiritual dalam pengelolaan suatu perusahaan, yang tiada lain meraih tujuan hidup, baik didunia maupun diakhirat yang berharap akan memperoleh *falah* (Hendrie Anto, 2004). Untuk memperoleh *falah* dalam konteks perekonomian Islami dibutuhkan "jalan" yang dapat mewujudkan cita-cita tujuan syariah (*maqasid* al-syariah). Jalan yang penulis asumsikan disini adalah dengan memakai analogi jalan kereta api yang terdiri dua batangan besi yang sejajar. Yang mana batang besi pertama berupa implementasi terhadap manajemen spiritual sedang batang besi yang kedua berupa sistematisasi market syariah. Kedua "jalan" tersebut bisa digunakan oleh gerbong kereta api (Hotel Syariah) sebagai alat yang dipakai untuk mengantarkan syariah menuju *moslem society*.

c). Implementasi Manajemen Spiritual.

Dalam sebuah media, Karim (2011) mengatakan segmentasi pasar perbankan syariah di Indonesia terus melaju dengan pesat. Bak pepatah mengatakan semakin tambah usia semakin berisi. Tensi *market* syariah memperoleh hasil yang menarik dan menunjukkan telah terjadi peningkatan jumlah nasabah dari ratusan ribu menjadi enam juta nasabah. (Adiwarman A. Karim, 2011). Sebuah angka fantastis, karena *trend* syariah banyak diminati oleh kalangan tidak hanya muslim saja. Kalangan non muslim juga berbondong-bondong mengikuti pasar syariah ini. Kemungkinannya adalah terjadi dengan adanya perubahan pola pemikiran masyarakat. Yakni masyarakat mulai mengerti mengenai perkembangan market syariah yang notabene disebut sebagai pasar rasional (Hermawan Kertajaya dan M. Syakir Sula, 2006). Sementara market konvensional disebut sebagai *emosional market*. Anggapan terhadap kedua *market* tersebut terkait pada dua alasan: 1) *emosional market* disebut karena orang tertarik masuk ke ranah pasar tersebut karena alasan-alasan keagamaan dan bukan faktor mengejar finansial, 2) sebaliknya pasar konvensional atau non syariah cenderung berpotensi mendapatkan untung secara finansial karena termotifasi keuntungan materi.

Menurut Karim (2011), secara kultur kedua hal diatas sama-sama memiliki peluang karena multi etnisnya penduduk Indonesia. Seperti yang diungkap dirinya bahwa banyak penduduk yang simpati dengan market keduanya, meski masing-masing memiliki komposisi plus minus baik psikologis maupun sosiologis. Bila melihat lahiriahnya, jasa non syariah atau konvensional memiliki kemapanan terlebih dahulu dari pada jasa basis syariah. Fakta dilapangan menunjukkan banyak nasabah memakai jasa konvensional karena relasi dan kemudahannya dalam bertransaksi. Sementara jasa basis syariah sebaliknya diperlukan sebarek persyaratan hanya untuk mendapatkan satu produk pelayanan (Lihat *UU Perbankan Syariah* Pasal 2). Sistem manajemen seperti itu patut diefektifkan. Salah satu trobosannya adalah dengan meningkatkan implementasi manajemen spiritualitas, karena spiritual merupakan kunci. Seorang ekonom ternama, Stephen R. Covey (dalam Hermawan Kertajaya dan M. Syakir Sula, 2006) menyebutkan dalam bukunya dengan menulis bahwa faktor spiritual merupakan faktor kunci terakhir yang harus dimiliki pemimpin dalam suatu perusahaan. Kemudian Jonathan L. Parapak (Hermawan Kertajaya dan M. Syakir Sula, 2006) juga mengatakan bahwa kehidupan bermasyarakat, dalam mengelola bisnis atau aktifitas apa saja dalam hubungannya dengan berkomunikasi dengan sesama umat manusia mestilah selalu diwarnai oleh nilai-nilai spiritual.

Sebagai umat Islam tentu kita mengambil nilai spiritual dari Al-Qur'an maupun Sunnah. Keduanya mutlak menjadi acuan karena memiliki nilai-nilai spiritual agama yang mendasar. Dalam menggunakan implementasi manajemen spiritual tersebut sebaiknya sebuah manajemen syariah mengambil cermin kepada nilai-nilai spiritual yang ada pada diri baginda Rasulullah saw. Adapun nilai-nilai spiritual yang ada pada baginda tersebut berupa: *Pertama* jujur atau benar. Nabi Muhammad dalam dagang selalu dikenal sebagai seorang pemasar yang benar dan jujur dalam menginformasikan produknya. Jika ada cacat atau kelemahan, Nabi langsung menyampaikan-kannya dengan jujur dan benar. *Kedua* amanah atau dapat dipercaya. Sebuah institusi jasa syariah harus dipercaya seperti yang telah dicontohkan Nabi dalam memegang amanah. Nabi selalu mengembalikan hak milik atasannya baik berupa hasil penjualan maupun sisa

barang dagangannya. *Ketiga* adalah *fatanah* atau cerdas dan bijaksana. Dalam hal ini yakni pebisnis yang *fatanah* merupakan pemimpin yang mampu memahami, menghayati dan mengenal tugas dan tanggung jawab bisnisnya dengan sangat baik. Dengan sifat ini pebisnis dapat mengolah kreatifitas dalam berbagai inovasi yang bermanfaat bagi perusahaan. *Keempat* adalah *tabligh*, argumentatif dan komunikatif. Nabi telah memiliki sifat ini dengan menyampaikan keunggulan barang bawaannya. Ia menyampaikan dengan rasa jujur tanpa meninggalkan tanggung jawab. Beliau membawa dan memberikan keuntungan penjualannya dengan rasa ikhlas.

d). Aktualisasi Manajemen Syariah.

Banyak transaksi muamalah disekitar kita yang mengandung nilai-nilai spiritual. Kejujuran, transparansi, moralitas dan etika masih dipakai oleh kalangan penjual untuk menarik pembeli sebanyak mungkin. Nilai-nilai tersebut tentu menjadi modal bagi jasa *marketing syariah*. Karenanya bila manajemennya ditata secara maksimal maka akan memperoleh hasil maksimal pula. Bila nilai-nilai tersebut tidak di *manage* secara sistemik maka dalam sebuah perjalanan bisnis dapat mengalami kefatalan. Untuk mewujudkan bentuk aktualisasi manajemen syariah dibutuhkan dua strategi: *pertama* aspek standar manajerial secara syariah dan *kedua* melalui labelisasi produk secara syariah.

Dalam aspek standar manajerial secara syariah keberadaan institusi jasa syariah perlu diperiksa. Apakah betul telah memenuhi syarat atau tidak, yakni terkait kelayakan manajemen syariah yang dipegangnya. Institusi jasa syariah harus memiliki standar kelayakan karena untuk melindungi hak-hak konsumen. Managerial syariah dalam batas-batas tertentu diregulasi dengan tepat agar konsumen atau nasabah merasa aman karena bagaimanapun haknya dilindungi undang-undang.

Kemudian pada aspek kedua labelisasi produk syariah juga harus memiliki standar kelayakan. Labelisasi perlu diperiksa apakah betul layak di konsumsi atau tidak. Dalam makanan biasanya terkit komposisi bahannya, apakah ada pemanis, pengawetnya atau pewarna. Jika layak patut untuk diteruskan, tetapi jika sebaliknya maka patut mendapat perhatian. Jadi labelisasi syariah bukan hanya sekedar capnya tetapi juga managerialnya secara menyeluruh.

e). Strukturisasi Market Syariah.

Untuk membuat format market syariah, fungsi sistem manajemennya dijalankan sebagaimana mestinya. Hal ini sebagai sarana agar suatu roda organisasi berjalan dengan baik. Bila fungsi sistemnya telah berjalan secara periodik maka hasilnya akan dipetik karena dengan berjalannya sitem itulah menandakan hidupnya suatu manajemen institusi. Fungsi *planning* sebagai konstruksi perusahaan haruslah dijalankan oleh fungsi organisasi. Fungsi organisasi barang kali akan di kontrol atau diawasi oleh suatu "badan independen internal", sedang fungsi *actuiting* merupakan bagian internal organisasi yang memberikan orientasi-orientasi.

Fungsi manajemen diatas tak dapat dipisahkan antara bagian satu dengan bagian lainnya. Yang mana dalam suatu organisasi fungsi tersebut saling berkaitan satu sama lain. Menurut Jawahir Tontowi (1983) fungsi manajemen tidak bisa lepas dari unsur-unsur perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan dilengkapi pengawasan yang memadai. Setelah membuat sketsa fungsi manajemen selanjutnya dibuatlah struktur kinerja sehingga manajemen berjalan dengan baik. Struktur kinerja dibuat dalam kerangka memfungsikan manajemen menuju kepada suatu titik arah keberhasilan atau kemenangan.

Menurut Jawahir struktur fungsi manajemen memiliki hirarkhi. Berdasarkan tingkatannya, pembagian hirarkhi manajemen adalah sebagai berikut: (1) Top Manajement (2) Midle Manajement, (3) Supervisery Manajement (4) Lower manajement (5) Operative manajement. Hotel Syariah Pekalongan sebagai sampel strukturisasi manajemen syariah telah mampu me-*manage* sejajar dengan hotel konvensional. Dengan modal visi dan misi, sistem pengelolaannya dilakukan secara bermoral. Sebagaimana keterangan diatas bahwa Hotel Syariah Pekalongan telah di beri amanat untuk mengelola wakaf produktif. Departemen agama pusat merasa ikut mendukung pengembangan wakaf produktif sebagai bentuk sampel dari strukturisasi manajemen syariah. Dengan kata lain strukturisasi manajemen syariah di payungi oleh lembaga negara (Depag) dalam mewujudkan potensi-petensi ekonomi berbasis syariah. Bila sektor perdagangan dikembangkan atas dasar prinsip syariah, maka secara makro akan mendatangkan kemaslahatan bersama. Bahkan mempunyai manfaat yang besar dalam proses pembangunan dan pertumbuhan ekonomi (Jusmailiani dkk, 2008).

Kemudian acuan kedua dalam menempatkan basis kebijakan kinerja yang mendukung atas nilai-nilai dasar. Basis tersebut berupa penghapusan riba, implementasi *lost and profit sharing*, pelebagaan zakat dan pelarangan *israf* (lihat QS. Al-An'am [6]: 30).

f). Integrasi Ekonomi Islami.

Perdagangan Islami adalah perdagangan yang dilandasi oleh nilai-nilai dan etika yang bersumber dari nilai-nilai dasar agama yang menjunjung tinggi kejujuran dan keadilan. Dalam agama Islam Rosulullah adalah sosok peletak dasarnya dalam perdagangan. Perdagangan yang jujur dan adil dalam konsep Islam adalah sebuah perdagangan yang "*tidak menzalimi dan tidak dizalimi*" (QS. Al-Baqarah [2]: 279).

Berdagang dalam Islam berorientasi pada ibadah karena ini terkait penyatuan antara ruh dan materi (Ismail Yusanto dkk, 2008). Dalam Islam berdagang dianjurkan oleh agama dan syariah menjembatannya dengan mengatur segi mana yang halal dan mana yang haram. Integrasi ekonomi Islami bertujuan menyatukan gerak langkah perdagangan Islami (bisnis syariah) menuju konsep dan sistem perdagangan yang sesuai menurut Al-Qur'an dan Sunnah secara sejah terabaik di dunia maupun di akhirat. Dalam bahasan ini integrasi ekonomi Islami memiliki pandangan kedepan yang terkait tiga hal yaitu urgensinya, tujuannya dan strateginya dalam konsep integrasi ekonomi Islami.

i). Urgensi Integrasi Ekonomi Islami.

Ada beberapa asumsi yang mendasari ide integrasi dalam perdagangan Islami: *Pertama* kuantitas penduduk muslim dunia yang cukup tinggi sehingga ini dipertimbangkan di mata dunia. Yang mana jumlahnya adalah seperenam dari penduduk dunia atau sekitar 1 milyar lebih yang tersebar dipenjuru bumi ini (Jusmaliani, dkk, 2008). *Kedua* relatifitas kekayaan yang dimiliki negara-negara muslim saat ini menjadi fokus perebutan ekonomi diantara negara-negara Barat. Beberapa negara muslim memiliki *income* tinggi, seperti Bahrain, Arab Saudi, Kuwait dan lain-lain. Sebagian lain memiliki *income* menengah, sedang sebagian lainnya memiliki *income* minim sehingga tidak bisa dilakukan *recycle*. *Ketiga* persamaan nomatif-religius yang dimiliki negara-negara muslim, dimana banyak negara berpenduduk mayoritas muslim menggunakan syariat agama sebagai dasar ideologi negaranya. *Keempat* persamaan menjadi negara-negara terjajah sehingga menjadi "hantaman" oleh negara-negara maju. Bahkan menjadi euforia perebutan negara maju untuk merebut kembali dengan memecah secara berkeping-keping baik melalui kapitalisme maupun melalui materialisme.

Sebagai implikasi dari hal diatas negara-negara muslim harus bersatu bangkit dan bekerja sama yang saling membantu. Sebagaimana dijelaskan dalam al- Qur'an QS. Al-An'am [6]: 165, QS. Al-Hujurat [49]: 13. Termasuk dalam suatu hadis ditegaskan yang artinya: "Orang-orang mukmin satu bagi orang-orang mukmin lain seperti bangunan yang menguatkan bagian satu dengan bagian lainnya" (HR. Bukhari-Muslim).

ii). Tujuan Integrasi Ekonomi Islami.

Kerangka kerja integrasi ekonomi secara umum adalah efisiensi sumber daya, dimana kesejahteraan optimal menjadi target yang dapat dimiliki negara-negara anggota. Kerja sama integrasi dapat dilakukan dengan melihat faktor regional, internasional, bilateral maupun multilateral dengan tujuan membentuk identitas tersendiri. Misal kerja sama antar negara disebut UN sedang kerja sama antar negara Islam adalah OKI. Kerja sama pengekspor minyak dunia dalam hal ini membentuk OPEC, sedang antar kawasan membentuk APEC. Kerja sama perdagangan antar negara ada WTO sedang kerja sama perdagangan antar kawasan ada AFTA, NAFTA, CAFTA dan MEA.

Kemudian yang lebih menarik adalah kerja sama keuangan antar negara yang memiliki persamaan persepsi tentang stabilitas keuangan. Dalam hal ini bisa dilihat dalam bentuk contoh pengeluaran mata uang EURO, dirham dan dinar. Menurut Kahnert (dalam Jusmaliani dkk.) parameter keberhasilan dalam integrasi berkaitan dengan askelerasi pertumbuhan negara-negara yang tergabung dalam kerja sama tersebut baik bersifat temporer maupun tidak, dengan asumsi bahwa mobilitas produksi bukan menjadi tujuan akhir namun menjadi sesuatu yang harus dicapai untuk meraih tingkat output pertumbuhan yang lebih tinggi. Sehingga penilaian manfaat dari proses integrasi dapat dilihat lebih cepat atau sebaliknya.

Menurut El-Agra, Yue dan Elek (Jumaliani dkk.) manfaat yang diharapkan dari kebijakan integrasi ekonomi secara umum sebagai berikut: (1) Mendorong terjadinya peningkatan efisiensi melalui spesialisasi produksi dari masing-masing negara, (2) Adanya pasar yang lebih luas akan meningkatkan produksi total serta manfaat kapasitas produksi secara optimum (3) Meningkatkan *bargaining position* negara tersebut dengan meningkatnya nilai tukar mata uang, (4) Munculnya rangsangan investasi yang lebih tinggi akibat adanya daya tarik pasar yang lebih luas, (5) Berkembangnya teknologi produksi sebagai akibat inovasi-inovasi untuk menghasilkan output berkualitas dengan harga yang kompetitif.

iii). Strategi Integrasi Ekonomi Islami.

Strategi dalam mewujudkan integrasi ekonomi Islami membutuhkan langkah-langkah sebagai berikut (Mosad Zineldin, 2011): (a) The initial phase, pre-cooperation phase-SWOT analysis, (b) The development phase or the basic relationship phase (engagement), (c) The comitment phase (marriagea), (d) The engoing strategic bussines relationship phase (old-married), (e) Total integration phase.

Strategi diatas merupakan kontek negara-negara di wilayah Timur Tengah. Semenatara itu Capra (2010) memiliki empat strategi dalam menerapkan seluruh sistem ekonomi Islam yang saling memperkuat. Keempat itu adalah: (a) Membuat sebuah mekanisme filter yang secara sosial disepakati (b) Membuat sistem motivasi yang mendorong individu untuk melakukan yang terbaik untuk dirinya dan masyarkatnya, (c) Membuat restrukturisasi perekonomian secara keseluruhan dengan tujuan mewujudkan *maqasid* (d) Adanya peran peerintah yang positif dan kuat.

Dalam kontek teknis, langkah-langkah diatas diterapkan dalam bentuk sketsa sebagaimana berikut: *Pertama* relokasi investasi dari negara-negara muslim kaya kepada negara-negara muslim miskin, *Kedua* maksimalisasi kerja sama ekonomu menuju Islamic common market melalui beberapa tahap. Mulai dari sub regional common market menuju ke regional common market, dan *Ketga* sampai pada Islamic common market yang melibatkan seluruh negara-negara muslim. Sehingga sampailah penyatuan mata uang regional yang telah disiapkan secara gradual.

E. SIMPULAN DAN SARAN

1. Simpulan

Penerapan manajemen dengan pendekatan *maqasid* as-Syariah pada Hotel Syariah Pekalongan memperjelas bahwa bisnis syariah memiliki karakteristikistik. Ada dua karakteristk yang dapat ditangkap dalam pendekatan ini yaitu karakteristk materi dan karakteristk immateri. Karakteristk immateri secara konseptual manajemen Hotel Syariah Pekalongan berpedoman dengan prinsip syariah muamalah seperti prinsip *amar ma'ruf nahi munkar*, prinsip penegakan kebenaran, prinsip penegakan keadilan, prinsip *latuzlimuna wala tuzlamuna*, prinsip amanah dan prinsip kemaslahatan ummah dan sistem manajemen syariah berpedoman pada empat sistem fungsi manajemen umumnya (POAC) yang tercover dalam empat fungsi manajemen, yaitu fungsi perencanaan (*planning*), fungsi pengorganisasian (*organizing*), fungsi pengarahan (*actuiting*), dan fungsi pengawasan (*controlling*).

Sedang karakteristik materi Hotel Syariah Pekalongan menerapkannya sesuai yang disyariatkan Islam yaitu dengan pemeriksaan identitas pengunjung secara cermat dan fasilitas *message servis*-nya tidak sama dengan Hotel Konvensional. Penerapan sistem manajemen syariah Hotel Syariah Pekalongan memiliki persamaan dan perbedaan dengan Hotel lainnya. Diantara persamaannya dalam *me-manage* seperti umumnya perusahaan lain menerapkan fungsi-fungsi manajemen. Perbedaannya terlihat pada empat hal yang dapat di nilai dengan pendekatan nilai-nilai *maqasid al-syariah* berupa segi sisi fasilitasnya, sisi pelayanannya, dan manfaat serta tujuannya yang berorientasi pada syariat Islam.

2. Saran

Sebagai sarannya terkait penerapan manajemen dengan pendekatan *maqasid* as-Syariah ini pihak konstituen Hotel Syariah Pekalongan bersinergi dengan lembaga lain. Ada dua sinergi dalam hal ini adalah *pertama* sinergi pengembangan *religion brand* dengan institusi lain yang sehaluan dengan garis syariat Islam sehingga memperkuat

brand syariah dan *kedua sinergi* kolaborasi dengan lembaga konvensional sehingga nilai-nilai maqasid as-syariah diterapkan didalamnya.

REFERENSI

- Adiwarman, K. (2004). Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Akhtar, S., Aziz, Z. A., Hefner, R. W., Thani, N. N., Venardos, A., Vogel, F. E., & Warde, I. (2008). Understanding Islamic finance: Local innovation and global integration. *asia policy*, 6(1), 1-14.
- Anto, M. B. (2003). Hendrie. *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*.
- Ayub, M. (2013). *Understanding islamic finance*. Gramedia Pustaka Utama.
- Chapra, M. U. (2016). *The future of economics: An Islamic perspective* (Vol. 21). Kube Publishing Ltd.
- Chapra, M. U. (2000). *Islam dan tantangan ekonomi*. Gema Insani.
- Dzajuli, H. A., & Fikih, K. K. (2007). Kaidah-kaidah hukum Islam dalam menyelesaikan masalah-masalah yang praktis. I, Cet II, Jakarta: Kencana.
- Ekasari, L. (2015). *Proporsi berita keislaman dalam surat kabar Republika* (Doctoral dissertation, UIN Walisongo).
- Fahrudin, M. A., Kholidiyanti, N. A., & Mois, F. A. (2018). Urgensi Spiritual Marketing Sebagai Media Pemasaran Pariwisata Di Madura (Pendekatan Sharia Tourism And Culture). *El Dinar*, 5(1), 30-41.
- Gusmawati, Y. (2011). *Makna Kata Ma'ruf Dan Padanannya dalam al-Qur'an (Suatu Kajian Terhadap Penafsiran Al-Maraghi)*(Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Hafidudin, D., & Tanjung, H. (2003). Manajemen Pemasaran Syariah dalam Praktik.
- Jusmaliani, dkk. 2005. Kebijakan Ekonomi dalam Islam. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Karim, A. A., & Islam, B. (2006). Analisis Fiqh dan Keuangan, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Kerta, J. H., & Sula, M. S. (2006). Syariah Marketing.
- Koontz, H., & O'donnell, C. (1976). *Management: A systems and contingency analysis of managerial functions*. Book World Promotions.
- Muhammad, H. M. S. (2004). *Manajemen dana bank syariah*. Ekonisia.
- Perwitasari, M. R., Nurhasanah, N., & Julia, A. (2015). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Karakteristik Pemasaran Syariah (Studi Kasus Pelanggan Bunker Rabbani Bandung Raya). *Prosiding Keuangan & Perbankan Syariah*, 36-43.
- Rahadian, D., & Pratomo, A. (2013). Pengaruh Bauran Promosi terhadap Peningkatan Penjualan Kamar di Hotel Benua Bandung. *Binus Business Review*, 4(2), 776-790.
- UII, T. P. M. (2008). Menjawab Keraguan Berekonomi Syari'ah.
- Naqvi, S. N. H. (1981). *Ethics and economics: An Islamic synthesis* (Vol. 2). islamic Foundation
- Warde, I. (2000). *Islamic finance in the global economy*. Edinburgh University Press.
- Yafiz, M. (2015). Internalisasi Maqâshid al-Syari'ah dalam Ekonomi Menurut M. Umer Chapra. *AHKAM: Jurnal Ilmu Syariah*, 15(1).
- Yusanto, I. (2003). Muhammad dan Muhammad Karebet Widjajakusuma. *Menggagas Bisnis Islam*. Gema Insani Press