Gema Wisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata
Volume. 22 Nomor. 1 Januari 2026
e-ISSN: 2774-8987; p-ISSN: 1411-5077, Hal 75-86
DOI: https://doi.org/10.56910/gemawisata.v22i1.870
Tersedia: https://stiepari.org/index.php/gemawisata

Strategi Grand Royal Denai Bukittinggi dalam Meningkatkan Kepuasan Tamu Melalui Penyajian Makanan Halal

Mitha Arisoepraba[1*], H. Harfandi[2]
[1-2]Program Studi Pariwisata Syariah, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, UIN Sjech M Djamil Djambek Bukittinggi, Indonesia

[*]*Penulis korespondensi: mithaarisss22@gmail.com[1]*

Abstract*. This study aims to analyze the strategies of Grand Royal Denai Hotel Bukittinggi in enhancing guest satisfaction through the provision of halal food, considering the growing global halal tourism trend and Indonesia's significant potential as a country with a majority Muslim population. Furthermore, the increasing awareness among Muslim travelers regarding the importance of consuming halal food constitutes an essential background for this research. Employing a qualitative approach with a descriptive method, the study was conducted in October 2024 using data collection techniques including observation, interviews with management and guests, as well as documentation. The data were analyzed using a SWOT approach to identify the hotel's strengths, weaknesses, opportunities, and threats. The results indicate that Grand Royal Denai possesses strengths such as a commitment to halal standards, a professional kitchen team, a strategic location, and menu variety, while its weaknesses include the absence of MUI halal certification and limited digital promotion. The primary opportunity arises from the increasing halal tourism trend, whereas threats involve intense competition among hotels and changes in modern consumer preferences. By leveraging its strategic location and the potential of the halal tourism market, the hotel is able to increase guest visits and enhance overall satisfaction. Overall, the halal food provision strategy has proven effective in improving guest satisfaction; however, the hotel needs to innovate its menu, expedite halal certification, and strengthen digital-based promotion to maintain competitiveness. In addition, this study contributes to the development of halal tourism and serves as a practical reference for other Sharia-compliant hotels.*

Keywords: *Guest Satisfaction; Halal Food; Halal Tourism; Hotel; Strategy*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi dalam meningkatkan kepuasan tamu melalui penyajian makanan halal, mengingat tren wisata halal global yang semakin berkembang serta peluang besar Indonesia sebagai negara dengan mayoritas penduduk muslim. Selain itu meningkatnya kesadaran wisatawan Muslim terhadap pentingnya konsumsi makanan halal juga menjadi latar belakang penting penelitian ini. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, penelitian dilaksanakan pada Oktober 2024 dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dengan pihak manajemen dan tamu serta dokumentasi. Data dianalisis melalui pendekatan SWOT untuk melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi hotel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Grand Royal Denai memiliki kekuatan berupa komitmen pada standar halal, tim dapur profesional, lokasi strategis, dan variasi menu, sementara kelemahannya terletak pada belum adanya sertifikasi halal MUI dan keterbatasan promosi digital. Peluang utama berasal dari meningkatnya tren wisata halal, sedangkan ancaman meliputi persaingan ketat antarhotel dan perubahan preferensi konsumen modern. Dengan memanfaatkan lokasi strategis dan potensi pasar wisata halal, hotel mampu meningkatkan jumlah kunjungan dan menciptakan kepuasan tamu yang lebih meningkat. Secara keseluruhan, strategi penyajian makanan halal terbukti meningkatkan kepuasan tamu, namun hotel perlu melakukan inovasi menu, mempercepat sertifikasi halal, dan memperkuat promosi berbasis digital untuk mempertahankan daya saing selain itu juga memberikan kontribusi dalam pengembangan pariwisata halal serta menjadi rujukan praktis bagi hotel syariah lainnya.

Kata kunci: Hotel; Kepuasan Tamu; Makanan Halal; Strategi; Wisata Halal

1. LATAR BELAKANG

Pariwisata merupakan sektor penting yang memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pengembangan budaya lokal. Pariwisata tidak hanya terkait dengan rekreasi tetapi juga dengan pemenuhan kebutuhan

Naskah Masuk: November 23, 2025; Revisi: Desember 14, 2025; Diterima: Januari 20, 2026;
Terbit: Januari 30, 2026

wisatawan, termasuk akomodasi, makanan, serta fasilitas pendukung lainnya (Napu dkk. 2023). Perkembangan industri pariwisata saat ini semakin kompetitif, menuntut pelaku usaha untuk terus berinovasi dalam menyediakan produk dan layanan. Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia memiliki peluang besar dalam mengembangkan pariwisata halal. Hal ini diperkuat dengan meningkatnya tren wisata halal yang menjadi salah satu fokus global dalam pengembangan destinasi wisata berbasis syariah. Oleh karena itu, penyedia akomodasi seperti hotel dituntut untuk mampu menyediakan layanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip halal.

Konsep pariwisata halal dalam Islam memiliki landasan yang kuat, di antaranya terkait dengan makanan dan minuman yang dikonsumsi wisatawan. Konsep halal dalam restoran maupun hotel bukan hanya menekankan pada kehalalan bahan makanan, tetapi juga mencakup proses pengolahan, penggunaan peralatan yang suci, serta pelayanan yang sesuai syariat Islam (Winengan 2020). Makanan halal juga memberikan pengaruh langsung terhadap kondisi jasmani dan rohani konsumen, sehingga menjadi faktor penting dalam menjaga kualitas hidup. Dengan demikian, penyajian makanan halal merupakan salah satu indikator utama yang menentukan kepuasan tamu muslim (Hermanto dan Yuhani'ah 2024). Hal ini menunjukkan bahwa penerapan standar halal tidak hanya sekadar tuntutan normatif, tetapi juga strategi bisnis yang dapat meningkatkan daya saing.

Industri perhotelan merupakan bagian integral dari pariwisata yang menyediakan layanan akomodasi, makanan, dan fasilitas lainnya. Kualitas layanan perhotelan dapat diukur dari aspek akomodasi dan penyajian makanan yang sesuai dengan harapan konsumen (Hulfa dkk. (2024). Salah satu faktor yang membedakan hotel syariah dengan hotel konvensional adalah komitmen dalam menjaga kehalalan produk yang ditawarkan, termasuk dalam bidang Food and Beverage. Namun, realitas di lapangan menunjukkan bahwa tidak semua hotel mampu menjaga konsistensi penerapan standar halal, sehingga masih ditemukan ketidaksesuaian antara klaim halal dengan pelaksanaan nyata. Hal ini dapat memengaruhi kepercayaan tamu dan berdampak pada tingkat kepuasan mereka. Dengan demikian, penyediaan makanan halal yang konsisten dan berkualitas menjadi salah satu tantangan strategis dalam industri perhotelan.

Grand Royal Denai Bukittinggi sebagai hotel bintang empat di Sumatera Barat memiliki posisi strategis untuk menerapkan konsep perhotelan halal. Lokasinya yang berada di pusat destinasi wisata seperti Jam Gadang, Ngarai Sianok, dan Benteng Fort de Kock membuat hotel ini menjadi salah satu pilihan utama wisatawan. Berdasarkan data wawancara dengan manajemen, jumlah kunjungan tamu restoran hotel mengalami fluktuasi antara tahun 2020 hingga 2024, yang dipengaruhi oleh faktor pandemi, kondisi pariwisata, serta konsistensi hotel

dalam menjaga kualitas penyajian makanan halal. Peningkatan jumlah kunjungan pada tahun-tahun berikutnya menunjukkan bahwa strategi penyajian makanan halal memberikan kontribusi nyata terhadap minat dan kepuasan tamu. Hal ini memperlihatkan bahwa kualitas penyajian makanan halal dapat menjadi keunggulan kompetitif yang membedakan Grand Royal Denai dari hotel lainnya.

Kajian terdahulu memberikan dukungan bahwa penyajian makanan halal memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu. Indikator kepuasan tamu terhadap penyajian makanan halal mencakup kejelasan bahan baku, kebersihan, sertifikasi halal, pelayanan staf, dan cita rasa makanan. Standar kualitas produksi dalam restoran halal berperan penting dalam mendukung citra hotel syariah (Nurmaydha dkk. 2019). Penelitian lain oleh Chandra dkk. (2020) juga menekankan bahwa kualitas pelayanan, kepuasan, dan loyalitas konsumen saling berkaitan erat dalam menentukan keberhasilan sebuah hotel. Dengan demikian, penerapan strategi halal dalam penyajian makanan tidak hanya meningkatkan kepuasan tamu, tetapi juga berdampak pada loyalitas pelanggan terhadap hotel.

Selain aspek kualitas dan pelayanan, gaya hidup halal juga semakin memengaruhi preferensi konsumen dalam memilih layanan perhotelan. Dewi dkk. (2024) menunjukkan bahwa generasi milenial menjadikan gaya hidup halal sebagai pertimbangan utama dalam menentukan pilihan restoran dan hotel. Sementara itu, penelitian oleh Tasya dan Malahayatie (2024) menegaskan bahwa jaminan halal mampu meningkatkan kepercayaan wisatawan dalam menggunakan layanan pariwisata. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan standar halal tidak hanya relevan dalam konteks religius, tetapi juga menjadi bagian dari strategi pemasaran yang efektif. Hotel yang mampu mengintegrasikan nilai-nilai halal dalam seluruh lini layanannya akan lebih mudah menarik konsumen yang semakin kritis terhadap kualitas dan identitas halal.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dilihat bahwa penyajian makanan halal memiliki posisi sentral dalam industri perhotelan, khususnya dalam upaya meningkatkan kepuasan tamu. Grand Royal Denai Bukittinggi memiliki peluang besar untuk memperkuat citra dan daya saingnya melalui strategi halal yang konsisten dalam bidang Food and Beverage. Dukungan literatur menunjukkan bahwa penyajian makanan halal tidak hanya memenuhi tuntutan syariat, tetapi juga menjawab kebutuhan pasar pariwisata modern yang semakin menuntut kualitas dan kejelasan layanan. Dengan demikian, strategi penyajian makanan halal menjadi landasan penting dalam membangun loyalitas tamu dan memperkuat posisi hotel di tengah persaingan industri perhotelan.

2. KAJIAN TEORITIS

Strategi

Bagian ini menguraikan teori-teori relevan yang mendasari topik penelitian dan memberikan ulasan tentang beberapa penelitian sebelumnya yang relevan dan memberikan acuan serta landasan bagi penelitian ini dilakukan. Jika ada hipotesis, bisa dinyatakan tidak tersurat dan tidak harus dalam kalimat tanya.

Strategi merupakan instrumen penting dalam manajemen organisasi yang berfungsi sebagai pedoman jangka panjang untuk mencapai tujuan. Strategi adalah proses pengambilan keputusan mendasar yang mencakup perumusan, implementasi, serta evaluasi agar organisasi dapat mencapai visinya secara efektif (Hasan dkk. 2021). Dalam praktiknya, strategi berfungsi mengarahkan sumber daya agar mampu beradaptasi dengan dinamika pasar. Dengan demikian, strategi tidak hanya bersifat konseptual, tetapi juga operasional, karena terkait langsung dengan tindakan yang harus dilakukan perusahaan dalam menghadapi persaingan.

Strategi manajemen merupakan kombinasi antara perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, dan pemanfaatan peluang. Dalam konteks industri perhotelan, strategi menjadi instrumen penting untuk mengantisipasi perubahan selera tamu, menjaga loyalitas konsumen, serta membangun daya saing. Strategi yang jelas dan konsisten akan membantu hotel merancang langkah-langkah konkrit, termasuk dalam penyajian makanan halal yang kini menjadi salah satu daya tarik utama wisatawan muslim. Hal ini menunjukkan bahwa strategi tidak hanya sekadar dokumen formal, tetapi juga sebuah pedoman praktis untuk memastikan keberlangsungan usaha (Riswanto dkk. 2024).

Hotel

Hotel merupakan bagian dari industri perhotelan yang menyediakan layanan penginapan, makanan, dan minuman, serta fasilitas pendukung lainnya. Hotel adalah usaha penyediaan akomodasi yang tidak hanya menjual kamar, tetapi juga pengalaman melalui pelayanan. Produk hotel mencakup aspek tangible seperti kamar dan fasilitas fisik, serta intangible berupa pelayanan yang tidak berwujud namun sangat menentukan kepuasan tamu. Oleh karena itu, keberhasilan hotel tidak hanya diukur dari kualitas fasilitas, tetapi juga dari mutu pelayanan (Tyaswening dan Kuntari 2023).

Industri perhotelan memiliki peran vital dalam mendukung pariwisata karena berfokus pada pengelolaan akomodasi dan penyajian makanan yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan. Hotel yang mampu menyesuaikan layanannya dengan preferensi pasar akan lebih unggul dalam persaingan. Dalam konteks perhotelan syariah, penyediaan makanan halal menjadi pembeda yang strategis (Hulfa dkk. 2024). Dengan meningkatnya kesadaran

wisatawan muslim, hotel yang konsisten dalam menjaga standar halal akan memperoleh kepercayaan lebih besar sekaligus memperkuat citra positif di mata tamu.

Kepuasan Tamu

Kepuasan tamu merupakan respon emosional yang muncul setelah konsumen membandingkan harapan dengan layanan yang diterima. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kinerja layanan yang sesuai dengan ekspektasi. Jika layanan yang diberikan melebihi harapan, maka tingkat kepuasan akan semakin tinggi. Hal ini menjadikan kepuasan sebagai indikator penting dalam mengukur keberhasilan hotel dalam melayani tamunya (Rifa'i 2023).

Faktor utama yang memengaruhi kepuasan meliputi kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, dan kemudahan (Chandra dkk. 2020). Dalam konteks perhotelan, kualitas makanan dan minuman, keramahan staf, serta kebersihan fasilitas merupakan aspek penting yang menentukan kepuasan tamu. Kepuasan yang terjaga tidak hanya meningkatkan loyalitas pelanggan, tetapi juga menciptakan rekomendasi positif yang berkontribusi pada reputasi hotel. Dengan demikian, penyajian makanan halal yang konsisten menjadi salah satu faktor penting dalam membentuk kepuasan tamu secara menyeluruh.

Makanan Halal

Makanan halal merupakan makanan yang diperbolehkan menurut syariat Islam dengan memenuhi dua kriteria utama, yaitu halal dan tayyib. Selain itu makanan halal tidak hanya dilihat dari bahan bakunya, tetapi juga dari proses penyembelihan, pengolahan, serta penyajian yang sesuai syariat (Aliyul Wafa dkk. 2023). Makanan halal memberikan dampak langsung terhadap kesehatan jasmani dan rohani manusia. Oleh karena itu, pemenuhan prinsip halal dan tayyib menjadi kebutuhan yang fundamental bagi umat muslim (Hermanto dan Yuhani'ah 2024).

Dalam industri perhotelan, penerapan konsep halal semakin mendapat perhatian seiring dengan meningkatnya tren pariwisata halal. Halal hotel merupakan inovasi yang mengintegrasikan standar syariah dalam pelayanan, termasuk penyediaan makanan halal, fasilitas ibadah, dan sistem manajemen berbasis nilai Islam. Dengan demikian, penyajian makanan halal di hotel bukan sekadar kebutuhan religius, tetapi juga strategi bisnis yang relevan dengan tuntutan wisatawan muslim global. Hal ini memperlihatkan bahwa halal menjadi nilai tambah sekaligus identitas bagi hotel dalam persaingan industri (Winengan 2020).

Indikator Kepuasan Penyajian Makanan Halal

Terdapat enam indikator utama dalam menilai kepuasan tamu terhadap penyajian makanan halal, yaitu kejelasan bahan baku, proses produksi sesuai syariat, kebersihan dan keamanan pangan, adanya label halal, pelayanan staf, serta kualitas cita rasa. Indikator tersebut menunjukkan bahwa kepuasan tamu tidak hanya ditentukan oleh aspek rasa, tetapi juga mencakup kepastian halal dari awal hingga akhir proses penyajian. Hal ini menguatkan pandangan bahwa kejelasan status halal merupakan elemen penting dalam membangun kepercayaan tamu terhadap hotel (Ariffin dkk. 2021).

Selain itu, pelayanan yang ramah dan kemampuan staf dalam memberikan penjelasan terkait status halal makanan juga berperan besar dalam menambah rasa aman bagi tamu. Konsistensi hotel dalam menjaga standar halal dan kualitas rasa yang sesuai dengan harapan tamu akan meningkatkan loyalitas mereka. Oleh karena itu, penerapan indikator kepuasan penyajian halal menjadi dasar bagi hotel untuk merancang strategi pelayanan yang lebih komprehensif. Hal ini membuktikan bahwa penyajian makanan halal tidak hanya sebatas pemenuhan aturan syariat, tetapi juga instrumen strategis dalam membangun loyalitas jangka panjang.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus untuk memahami strategi Grand Royal Denai Bukittinggi dalam meningkatkan kepuasan tamu melalui penyajian makanan halal secara mendalam. Fellin, Tripodi, dan Meyer (dalam Elvera & Astarina, 2021) menyatakan bahwa penelitian kualitatif bertujuan menggambarkan fenomena sosial dan aktivitas organisasi dengan deskripsi yang rinci dan kontekstual, bukan dengan angka statistik. Dengan demikian, penelitian ini berupaya memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai implementasi strategi halal yang diterapkan hotel.

Lokasi penelitian dilakukan di Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi, yang terletak di Jalan Yos Sudarso No. 5, RW 7, Benteng Pasar Atas, Guguk Panjang, Bukittinggi. Hotel ini dipilih karena merupakan salah satu hotel berbintang empat di Sumatera Barat yang berupaya mengembangkan layanan berbasis halal dalam industri perhotelan. Penelitian dilaksanakan pada bulan Oktober 2024 dengan mempertimbangkan ketersediaan data serta kesiapan informan. Pemilihan waktu penelitian juga disesuaikan dengan kondisi operasional hotel agar proses pengumpulan data berlangsung efektif.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan informan utama yang terlibat langsung dalam pengelolaan dan penyajian makanan halal, yakni staf kitchen, manajemen hotel, serta tamu yang berkunjung ke restoran. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumen internal hotel, hasil penelitian terdahulu, serta literatur akademis yang relevan dengan topik penelitian. Lofland & Lofland (dalam Moleong, 2020) menegaskan bahwa dalam penelitian kualitatif, sumber utama adalah kata-kata dan tindakan, sementara dokumen berfungsi sebagai data pendukung untuk memperkuat analisis.

Informan dalam penelitian ini dipilih dengan teknik purposive sampling, yaitu penentuan informan berdasarkan pertimbangan tertentu sesuai dengan kebutuhan penelitian. Informan utama adalah staf kitchen karena mereka mengetahui secara langsung proses pengolahan dan penyajian makanan halal. Selain itu, manajemen hotel juga dilibatkan sebagai informan untuk memberikan gambaran mengenai strategi yang diterapkan dalam kebijakan operasional. Tamu hotel dan restoran dijadikan informan tambahan untuk memperoleh persepsi langsung mengenai tingkat kepuasan mereka terhadap penyajian makanan halal. Dengan demikian, data yang diperoleh menjadi lebih komprehensif dan menggambarkan realitas dari berbagai sudut pandang.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung proses penyajian makanan halal di kitchen hotel, mulai dari pemilihan bahan baku hingga penyajian kepada tamu. Wawancara digunakan untuk menggali informasi lebih dalam mengenai strategi, kendala, serta persepsi tamu terhadap kualitas makanan halal. Informan wawancara mencakup staf kitchen, manajemen, serta tamu restoran. Dokumentasi melengkapi data penelitian melalui penelaahan catatan internal, arsip, buku tamu, serta dokumen lain yang relevan dengan penyajian makanan halal.

Data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Analisis SWOT dipilih karena mampu memberikan gambaran menyeluruh mengenai faktor internal dan eksternal yang memengaruhi strategi hotel. Analisis SWOT merupakan instrumen penting dalam merumuskan strategi organisasi agar dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang yang dimiliki, sekaligus meminimalkan kelemahan dan ancaman (Rangkuti 2015). Dengan analisis ini, strategi penyajian makanan halal di Grand Royal Denai Bukittinggi dapat dipetakan secara sistematis sehingga menghasilkan rekomendasi yang aplikatif bagi pihak hotel.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi

Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi merupakan salah satu hotel berbintang empat di Sumatera Barat yang tergabung dalam Royal Denai Group. Hotel ini memiliki lokasi yang sangat strategis di pusat Kota Bukittinggi, dekat dengan destinasi wisata utama seperti Jam Gadang, Ngarai Sianok, dan Benteng Fort de Kock. Dengan kapasitas yang besar dan fasilitas yang lengkap, Grand Royal Denai Bukittinggi menjadi salah satu pilihan utama wisatawan domestik maupun mancanegara. Hberperan tidak hanya sebagai penyedia akomodasi, tetapi juga sebagai penyedia layanan makanan dan minuman yang memengaruhi kepuasan tamu (Hulfa dkk. 2024).

Selain itu, posisi Grand Royal Denai sebagai hotel berbintang empat memberikan keunggulan kompetitif dibanding hotel nonbintang atau berbintang lebih rendah. Hotel dengan standar ini dituntut untuk menjaga kualitas layanan, termasuk dalam penyajian makanan halal, karena hal tersebut memengaruhi citra hotel di mata tamu muslim. Kualitas hotel dinilai bukan hanya dari fasilitas fisik, tetapi juga dari kualitas layanan yang konsisten dengan kebutuhan pasar (Tyaswening dan Kuntari 2023).

Persepsi Tamu terhadap Penyajian Makanan Halal

Hasil wawancara dengan tamu menunjukkan bahwa mayoritas tamu merasa puas dengan kualitas makanan yang disajikan. Cita rasa yang konsisten, kebersihan, dan penyajian yang rapi menjadi nilai tambah yang diapresiasi oleh konsumen. Namun, terdapat catatan terkait suasana restoran yang terkadang ramai sehingga mengurangi kenyamanan bersantap, serta keterlambatan pelayanan pada jam sibuk.

Temuan ini konsisten dengan penelitian Ariffin dkk. (2021) yang menyebutkan bahwa kepuasan tamu terhadap penyajian makanan halal dipengaruhi oleh enam indikator utama: kejelasan bahan baku, proses sesuai syariat, kebersihan, label halal, pelayanan staf, serta kualitas rasa. Ketika indikator ini terpenuhi, maka kepuasan tamu dapat terjaga, meskipun terdapat faktor eksternal seperti keramaian ruangan.

Implementasi Strategi Halal oleh Staf Kitchen

Staf kitchen Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi menerapkan SOP ketat terkait pemilihan bahan makanan. Bahan hanya dibeli dari pemasok terpercaya dengan jaminan halal, dan dilakukan pemisahan jelas antara bahan mentah dan matang. Kebersihan peralatan juga menjadi fokus utama untuk memastikan tidak terjadi kontaminasi silang.

Namun, beberapa kendala ditemukan, seperti keterbatasan dokumentasi standar halal, kurangnya pengawasan rutin, serta fluktuasi harga bahan makanan halal yang memengaruhi

biaya operasional. Pentingnya standar kualitas produksi dalam restoran halal agar dapat mendukung konsistensi layanan. Oleh karena itu, penguatan aspek manajemen mutu menjadi kunci untuk menjaga kepercayaan konsumen (Nurmaydha dkk. 2019).

Analisis SWOT Strategi Penyajian Makanan Halal

Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi dalam menerapkan strategi penyajian makanan halal. Analisis ini menekankan pada empat aspek utama, yaitu kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats). Melalui pendekatan ini, peneliti dapat memahami faktor-faktor yang mendukung maupun menghambat implementasi strategi halal, serta bagaimana hotel dapat merespons dinamika pasar pariwisata. SWOT merupakan instrumen yang efektif untuk merumuskan strategi dengan cara memaksimalkan kekuatan dan peluang yang ada, serta meminimalkan kelemahan dan ancaman (Rangkuti 2015).

Kekuatan utama Grand Royal Denai Bukittinggi terletak pada komitmennya dalam menyajikan makanan halal yang sesuai dengan standar syariat Islam. Hotel ini memiliki tim dapur profesional yang konsisten menerapkan SOP halal, mulai dari pemilihan bahan baku, pengolahan, hingga penyajian kepada tamu. Lokasi hotel yang strategis di pusat wisata Bukittinggi serta variasi menu halal yang beragam turut memperkuat daya saing. Kualitas layanan hotel, termasuk penyajian makanan halal, menjadi faktor penentu kepuasan tamu dan keberhasilan dalam persaingan industri perhotelan (Hulfa dkk. 2024).

Di sisi lain, terdapat beberapa kelemahan yang perlu mendapat perhatian. Grand Royal Denai Bukittinggi hingga saat ini belum memiliki sertifikasi halal resmi dari Majelis Ulama Indonesia (MUI), sehingga status halal masih bergantung pada klaim internal hotel. Kelemahan lain adalah keterbatasan promosi makanan halal yang belum optimal, baik secara digital maupun konvensional, sehingga peluang untuk menjangkau pasar yang lebih luas masih kurang dimanfaatkan. Selain itu, hotel juga masih bergantung pada pemasok tertentu untuk bahan makanan halal, sehingga rentan terhadap fluktuasi harga dan keterlambatan pasokan. Kondisi ini konsisten dengan temuan Nurmaydha dkk. (2019) yang menekankan pentingnya sistem manajemen mutu dan dokumentasi yang baik dalam mendukung konsistensi penyajian makanan halal di hotel.

Dari sisi eksternal, peluang besar hadir melalui meningkatnya tren wisata halal baik di tingkat nasional maupun global. Kesadaran masyarakat muslim terhadap pentingnya makanan halal semakin tinggi, sehingga hotel yang mampu menjaga konsistensi layanan halal memiliki peluang lebih besar untuk menarik wisatawan muslim. Selain itu, dukungan pemerintah dalam mengembangkan pariwisata halal di Indonesia, termasuk Sumatera Barat, membuka ruang bagi

hotel untuk memperluas jangkauan pasar. Hal ini diperkuat oleh penelitian Tasya dan Malahayatie (2024) yang menegaskan bahwa jaminan halal merupakan faktor kepercayaan utama wisatawan dalam memilih layanan perhotelan.

Ancaman yang dihadapi hotel berasal dari persaingan ketat antarhotel di kawasan Bukittinggi yang sama-sama berupaya memasarkan konsep halal. Selain itu, perubahan preferensi konsumen, khususnya generasi milenial yang menuntut inovasi kuliner halal modern, juga menjadi tantangan tersendiri. Gaya hidup halal generasi muda lebih menekankan pada inovasi dan pengalaman kuliner yang unik, bukan hanya status halal semata (Dewi dkk. 2024). Dengan demikian, Grand Royal Denai perlu mengantisipasi ancaman ini dengan strategi inovasi menu dan peningkatan kualitas pelayanan, sehingga mampu menjaga relevansi di tengah persaingan industri perhotelan halal.

Inovasi Menu Halal dan Kepuasan Tamu

Executive Chef Grand Royal Denai menekankan pentingnya inovasi dalam mengembangkan menu halal yang sesuai dengan tren kuliner modern. Inovasi ini mencakup penyajian menu tradisional Minangkabau dengan standar halal internasional serta variasi menu internasional yang tetap sesuai syariat. Hal ini relevan dengan Dewi dkk. (2024) yang menunjukkan bahwa gaya hidup halal, khususnya di kalangan generasi milenial, mendorong permintaan akan variasi makanan halal yang lebih modern dan inovatif.

Dengan demikian, inovasi menu tidak hanya menjaga kepuasan tamu lama, tetapi juga menarik wisatawan baru yang lebih kritis terhadap kualitas dan keunikan menu halal. Strategi ini akan memperkuat daya saing Grand Royal Denai di tengah meningkatnya tren wisata halal global.

Dampak Strategi terhadap Tingkat Kunjungan

Data jumlah kunjungan restoran hotel menunjukkan peningkatan signifikan setelah pandemi. Pada tahun 2020 tercatat 3.900 tamu, meningkat menjadi 4.300 pada tahun 2023, dan mencapai 4.500 pada tahun 2024. Peningkatan ini dikaitkan dengan konsistensi hotel dalam menjaga standar halal serta promosi yang dilakukan pasca-pandemi.

Hal ini sejalan dengan penelitian Tasya dan Malahayatie (2024) yang menegaskan bahwa jaminan halal meningkatkan kepercayaan wisatawan terhadap layanan pariwisata. Dengan kata lain, kepastian halal menjadi faktor kunci yang mendorong peningkatan jumlah tamu dan memperkuat loyalitas pelanggan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian mengenai strategi Hotel Grand Royal Denai Bukittinggi dalam meningkatkan kepuasan tamu melalui penyajian makanan halal menunjukkan bahwa hotel telah memiliki komitmen kuat dalam menjaga standar halal. Proses pemilihan bahan baku, pengolahan makanan, hingga penyajian dilakukan dengan memperhatikan prinsip syariat Islam. Hal ini didukung oleh profesionalitas tim dapur serta lokasi hotel yang strategis di pusat wisata Bukittinggi, sehingga menjadikan penyajian makanan halal sebagai salah satu kekuatan utama dalam menarik wisatawan muslim. Konsistensi penerapan strategi tersebut terbukti mampu meningkatkan jumlah kunjungan tamu restoran setiap tahunnya.

Meskipun demikian, penelitian ini juga menemukan beberapa kelemahan yang masih perlu diperhatikan, seperti belum adanya sertifikasi halal resmi dari Majelis Ulama Indonesia (MUI), keterbatasan promosi digital, serta ketergantungan pada pemasok tertentu. Kondisi ini dapat mengurangi daya saing hotel jika dibandingkan dengan kompetitor lain yang sudah memiliki label halal. Tantangan eksternal seperti persaingan ketat antarhotel dan perubahan preferensi konsumen modern juga memerlukan respons strategis yang lebih adaptif. Oleh karena itu, hotel perlu melakukan perbaikan dalam sistem dokumentasi, pengawasan mutu, serta memperluas jaringan pemasok untuk menjamin kelancaran operasional.

Berdasarkan hasil penelitian, saran yang dapat diberikan kepada pihak manajemen Grand Royal Denai Bukittinggi adalah memperkuat strategi melalui inovasi menu halal yang lebih kreatif sesuai selera generasi muda dan wisatawan mancanegara. Selain itu, hotel perlu mempercepat proses sertifikasi halal resmi sebagai bentuk jaminan kepercayaan bagi tamu. Optimalisasi promosi digital dengan melibatkan media sosial, travel halal, dan kolaborasi dengan influencer muslim juga penting untuk memperluas pasar. Upaya tersebut diharapkan dapat meningkatkan citra hotel sebagai destinasi wisata halal yang unggul di Sumatera Barat.

Selain rekomendasi praktis bagi pihak hotel, penelitian ini juga memberikan saran bagi pemangku kepentingan dan akademisi. Pemerintah daerah dan lembaga terkait diharapkan dapat mendukung pengembangan wisata halal dengan memberikan fasilitasi sertifikasi, pelatihan, dan promosi bersama. Bagi peneliti selanjutnya, kajian ini dapat dijadikan dasar untuk mengembangkan penelitian pada hotel syariah lainnya atau menelaah lebih jauh pengaruh strategi makanan halal terhadap loyalitas tamu dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya bermanfaat bagi Grand Royal Denai Bukittinggi, tetapi juga berkontribusi pada penguatan literatur pariwisata halal di Indonesia.

DAFTAR REFERENSI

Aliyul Wafa, A., et al. (2023). *Fiqih.* Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.

Ariffin, S., et al. (2021). Halal food service quality and customer satisfaction in hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management.*

Chandra, T., dkk. (2020). *Service quality, consumer satisfaction, dan customer loyalty: Tinjauan teoritis.* Malang: CV IRDH.

Dewi, O. M., et al. (2024). Halal lifestyle and millennial consumer decision in hotel restaurant selection. *Journal of Halal Studies,* 5(2), 45–59.

Hasan, M., Ramli, A. H., & Nurmayanti, S. (2021). *Manajemen strategi dalam praktik bisnis modern.* Jakarta: Prenadamedia Group.

Hermanto, A., & Yuhani'ah, R. (2024). *Fiqih makanan minuman kontemporer.* Malang: CV Literasi Nusantara Abadi.

Hulfa, I., et al. (2024). *Manajemen perhotelan dan pariwisata.* Kabupaten Badung, Bali: Intelektual Manifes Media.

Januardin, et al. (2021). *Kepuasan pelanggan.* Medan: UNPRI Press.

Napu, D. M., et al. (2023). *Pengantar bisnis pariwisata: Perhotelan, food and beverage service, dan pengembangan destinasi wisata.* Kabupaten Badung, Bali: Intelektual Manifes Media.

Nurmaydha, A., et al. (2019). Standar kualitas produksi pada restoran halal di hotel syariah. *Jurnal Pariwisata dan Perhotelan,* 10(2), 120–135.

Rangkuti, F. (2015). *Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis.* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Rifa'i, K. (2023). *Kepuasan konsumen.* Jember: UIN Khas Press.

Riswanto, A., et al. (2024). *Strategi manajemen.* Jambi: PT Sonpedia Publishing Indonesia.

Syufa'at, & Zayyadi, A. (2022). *Islamic tourism: Potensi dan strategi pengembangan pariwisata syariah.* Yogyakarta: Pustaka Ilmu.

Tasya, N., & Malahayatie. (2024). Halal assurance and tourist trust in hospitality services. *Indonesian Journal of Halal Tourism,* 6(1), 30–42.

Tyaswening, E., & Kuntari, R. (2023). *Dasar-dasar perhotelan.* Jakarta Selatan: Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi.

Winengan. (2020). *Industri pariwisata halal: Konsep dan formulasi kebijakan lokal.* Mataram: UIN Mataram Press.