

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM DALAM
PELAYANAN PADA QIFAYA ALKARIM TOUR AND
TRAVEL DI SUKARAME BANDAR LAMPUNG**

Skripsi

KHOIRUNNISYA

NPM. 1741030143

Jurusan : Manajemen Dakwah



**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1443 H /2022 M**

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM DALAM
PELAYANAN PADA QIFAYA ALKARIM TOUR AND
TRAVEL DI SUKARAME BANDAR LAMPUNG**

Skripsi

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana S1 dalam Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Oleh

KHOIRUNNISYA

NPM. 1741030143

Jurusan : Manajemen Dakwah



Pembimbing I : Dr. Abdul Syukur, M.Ag

Pembimbing II : Badaruddin, M.Ag

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1443 H /2022 M**

ABSTRAK

Problematika yang terjadi dalam dunia bisnis, selalu saja disebabkan oleh pelaku bisnis yang kerap kali meninggalkan ajaran Islam, mereka yang melupakan ketentuan-ketentuan dasar dalam etika berbisnis, sehingga dapat dijumpai penipuan-penipuan yang terjadi dalam bisnis travel haji dan umroh. Bahkan dalam pelayanan haji dan umroh ada beberapa travel yang memberlakukan kecurangan mengatasnamakan beribadah kepada Allah SWT menuju tanah suci Makkah, namun sejatinya mereka melakukan kecurangan dengan membohongi calon jamaah dan membawa kabur uangnya. Padahal kegiatan bisnis berupa pelayanan haji dan umroh tidak hanya mengutamakan kepentingan dunia saja, tetapi kepentingan akhiratpun juga. Dengan melayani tamu Allah SWT yang mengharapkan keberkahan amal dan ibadah dalam menjalankannya, maka diperlukannya etika bisnis Islam untuk mencapai pelayanan ibadah haji dan umroh yang di ridhai Allah SWT.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui tentang implementasi etika bisnis Islam dalam pelayanan pada Qifaya Alkarim Tour and Travel Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*Field Research*) penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. sumber data diperoleh dari Endang Hartatik.,S.H.I sebagai bidang keuangan, Salsabila Ramadhani, S.Pd. sebagai bidang administrasi, dan dua alumni jamaah Qifaya Alkarim Tour and Travel , dalam memperoleh data yaitu dengan melakukan wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Qifaya Alkarim Tour and Travel telah menerapkan etika bisnis Islam sesuai dengan al-Qur'an dan al-Hadis. Aksioma Tauhid dapat dilihat dari hubungan vertical kepada Tuhan. Aksioma keseimbangan dapat dilihat dari adanya hubungan horizontal dengan manusia baik itu hubungan antara karyawan dan jamaah dengan tujuan kesejahteraan dunia dan akhirat. Aksioma kehendak bebas dapat dilihat dari beberapa indikator yang menunjukkan di Qifaya Alkarim Tour and Travel adanya kebebasan dalam konsultasi maupun transaksi, karena kebebasan mutlak hanya milik Allah. Aksioma tanggungjawab dapat dilihat dari tanggungjawab Qifaya Alkarim Tour and Travel kepada jamaah.

Kata Kunci : Etika Bisnis Islam, Pelayanan, Haji dan Umroh

ABSTRACT

The problems that occur in the business world are always caused by business people who often leave the teachings of Islam, those who forget the basic provisions in business ethics, so that scams can be found in the Hajj and Umrah travel business. Even in the Hajj and Umrah services, there are some travel agents who commit fraud in the name of worshipping Allah SWT to the holy land of Mecca, but in fact they commit fraud by lying to prospective pilgrims and taking the money away. Even though business activities in the form of Hajj and Umrah services do not only prioritize the interests of the world, but the interests of the hereafter as well. By serving guests of Allah SWT who expect the blessings of charity and worship in carrying them out, it is necessary to have Islamic business ethics to achieve Hajj and Umrah services that are pleasing to Allah. S.W.T.

The purpose of this study is to find out about the implementation of Islamic business ethics in services at Qifaya Alkarim Tour and Travel. This research is a field research (Field Research). This research uses a qualitative descriptive method. source of data obtained from Endang Hartatik., S.H.I in the field of finance, Salsabila Ramadhani, S.Pd. as the administrative field, and two alumni of the Qifaya Alkarim Tour and Travel congregation, in obtaining data by conducting interviews and documentation.

The results of this study indicate that Qifaya Alkarim Tour and Travel has implemented Islamic business ethics in accordance with the Qur'an and al-Hadith. The axiom of Tawhid can be seen from the vertical relationship to God. The axiom of balance can be seen from the existence of a horizontal relationship with humans, both the relationship between employees and worshipers with the aim of world welfare and the hereafter. The axiom of free will can be seen from several indicators that show at Qifaya Alkarim Tour and Travel the existence of freedom in consultations and transactions, because absolute freedom belongs only to Allah. The axiom of responsibility can be seen from the responsibility of Qifaya Alkarim Tour and Travel to the congregation.

Keywords: Islamic Business Ethics, Services, Hajj and Umrah

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : KHOIRUNNISYA

NPM : 1741030143

Jurusan/Prodi : Manajemen Dakwah

Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Pelayanan Pada Qifaya Alkarim Tour and Travel di Sukarame Bandar Lampung**” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, 24 September 2021

Penulis,



KHOIRUNNISYA
NPM. 1741030143



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Alamat: Jl. Lektol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung, Tlp. (0721) 703289

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM
DALAM PELAYANAN PADA QIFAYA
ALKARIM TOUR AND TRAVEL DI
SUKARAME BANDAR LAMPUNG**

Nama : **KHOIRUNNISYA**
NPM : **1741030143**
Jurusan : **Manajemen Dakwah**
Fakultas : **Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

MENYETUJUI

Untuk di Munaqasyahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqasyah
Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I,

Dr. Abdul Syukur, M.Ag
NIP.196511011995031001

Pembimbing II,

Badaruddin, M.Ag
NIP.197508132000031001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen Dakwah

Dr. Hj. Suslina Sanjaya, M.Ag.
NIP. 197206161997032002



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Alamat: Jl. Lektol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung, Tlp. (0721) 703289

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Pelayanan Pada Qifaya Alkarim Tour and Travel di Sukarame Bandar Lampung”** disusun oleh : **KHOIRUNNISYA**, NPM : **1741030143**, Program Studi : **Manajemen Dakwah**. Telah diujikan dalam sidang Munaqasyah di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung Pada Hari/Tanggal : **Jum’at, 24 September 2021**.

TIM PENGUJI

Ketua : **Dr. Hj. Suslina Sanjaya, M.Ag** (.....)

Sekretaris : **Rouf Tamim, M.Pd.I** (.....)

Penguji I : **Dr. Hasan Mukmin, MA** (.....)

Penguji II : **Dr. Abdul Syukur, M.Ag** (.....)

Penguji Pendamping : **Badaruddin, M.Ag** (.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi



Prof. Dr. H. Khon Zahrial Romli, M.Si.
NIP. 19601091990031002

MOTTO

فِيهِ آيَاتٌ بَيِّنَاتٌ مِّمَّا مَكَرَ إِبْرَاهِيمَ ۖ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا ۗ وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ

الْبَيْتِ مَنْ أَسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا ۚ وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ ﴿٩٧﴾

Padanya terdapat tanda-tanda yang nyata, (di antaranya) maqam Ibrahim; Barangsiapa memasukinya (Baitullah itu) menjadi amanlah dia; mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, Yaitu (bagi) orang yang sanggup Mengadakan perjalanan ke Baitullah. Barangsiapa mengingkari (kewajiban haji), Maka Sesungguhnya Allah Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam.

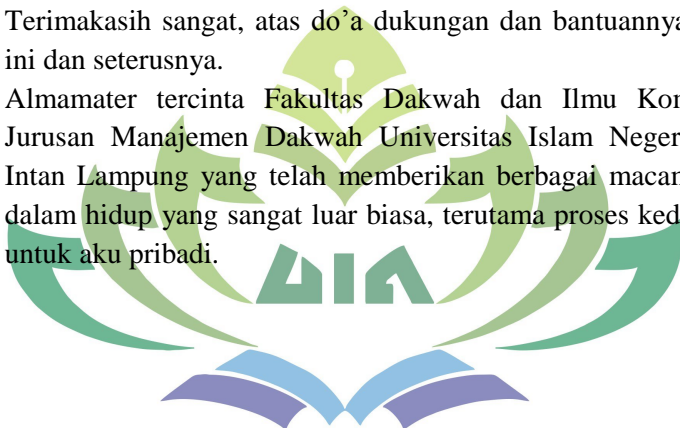
(QS. Ali Imran [3]:97)



PERSEMBAHAN

Segala kerendahan hati dan penuh kesadaran tidak henti-hentinya saya ucapkan rasa syukur kepada Allah SWT. Atas segala rahmat dan fadl-Nya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini. Sebagai bakti dan kasih sayang yang tulus saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Ibunda dan Ayahanda tercinta, Bunda Munasuri, S.Pd.I. dan Ayah Fauzi M. Thoha yang selalu mendo'akan ananda dari subuh hingga subuh lagi, memberikan tauladan yang luar biasa dari kecil hingga saat ini, cinta kasih yang tiada tara. Semoga bunda dan ayah bangga.
2. Saudara – saudara kandungku, tuanda Finna Lutviyanita, S.Pd., Khujjatul Mubarakah, A.Md.,Tra., dan Achmad Romdoni Ali. Terimakasih sangat, atas do'a dukungan dan bantuannya selama ini dan seterusnya.
3. Almamater tercinta Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Jurusan Manajemen Dakwah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang telah memberikan berbagai macam proses dalam hidup yang sangat luar biasa, terutama proses kedewasaan untuk aku pribadi.



RIWAYAT HIDUP

Khoirunnisya, dilahirkan di Panaragan, Kecamatan Tulang Bawang Tengah, Kabupaten Tulang Bawang Barat pada tanggal 17 Desember 1998, anak kedua dari pasangan Ayah Fauzi M. Thoha dan Bunda Munasuri, S.Pd.I. Pendidikan dimulai dari Taman Kanak-kanak (TK) Islam Al-Furqon dan selesai pada tahun 2005, Sekolah Dasar Swasta (SDS) Islam Al-Furqon selesai tahun 2011, Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 2 Tulang Bawang Tengah selesai tahun 2014, Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) 1 Tulang Bawang Tengah selesai tahun 2017 dan mengikuti perguruan tinggi pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung pada semester I Tahun Akademik 2017/2018.

Selama menjadi mahasiswa, aktif diberbagai kegiatan intra kampus yaitu Koperasi Mahasiswa (KOPMA) maupun ekstra kampus yaitu Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) Rayon Dakwah dan Ilmu Komunikasi Komisariat Raden Intan Lampung. Pada tahun 2019-2020 menjadi pengurus bidang minat dan bakat di Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia. Rayon Dakwah dan Ilmu Komunikasi Komisariat Raden Intan Lampung. Kemudian pada tahun 2020-2021 menjadi pengurus inti (Bendahara II) di Senat Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung (SEMA UIN Raden Intan Lampung).

Bandar Lampung, 24 September 2021

KHOIRUNNISYA
NPM. 1741030143

KATA PENGANTAR

Bismillah Alhamdulillah Segenap puji bagi Allah yang telah menciptakan langit dihiasi bulan yang menerangi kegelapan malam. Dan menciptakan bumi dengan berbagai hasil tambang. Serta membentangkan laut dengan keindahan riak gelombang. Dan Dia pulalah yang selalu mengucurkan rahmat dan nikmatNya sehingga penulis bisa mencicipi indahnya Iman, Islam dan menikmati nikmatnya kesehatan tanpa perhitungan dari pagi hingga petang. Dan Dia juga yang telah mengangkat harkat derajat manusia dengan akal sehingga bisa berbuah ilmu dan amal. Sholawat berangkaikan salam semoga senantiasa mengalir kepangkuan seorang pemimpin yang tidak haus kekuasaan. Tidak rakus akan kekayaan. Menegakkan hokum dengan penuh keadilan dan mencontohkan hidup yang dihiasi dengan kesederhanaan. Beliaulah Baginda besar Rasulullah Muhammad SAW, dan semoga pula tercurah atas keluarga para sahabatnya yang menjadi sumber ilmu dan hikmah.

Dengan penuh takdzim penulis mengucapkan *jazakumullahu khairon katsiran* kepada semua pihak yang telah membantu kelancaran dalam skripsi ini. Oleh karena itu sampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak. Prof. Dr. H. Khamsahrial Romli, M.Si selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
2. Ibu Dr.Hj. Suslina Sanjaya, M. Ag selaku Ketua Jurusan Manajemen Dakwah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
3. Bapak Dr. Abdul Syukur, M.Ag. selaku Pembimbing satu dalam proses skripsi ini
4. Bapak Badaruddin, M.Ag. selaku Pembimbing dua dalam proses skripsi ini.
5. Bapak ibu dosen Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang telah mendidik dan memberikan pengetahuannya dengan ikhlas kepada penulis selama *bibinahu* di Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
6. Seluruh Staf Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

7. Dan Qifaya Alkarim Tour and Travel yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Semoga bantuan dan bimbingannya dicatat sebagai ilmu yang bermanfaat dan mendapatkan ridho Allah SWT. Dan dengan penuh kesadaran penulis akui masih banyak kekurangan karena keterbatasan ilmu dan pemahaman yang penulis miliki. Oleh karenanya kepada para pembaca kiranya dapat memberi saran-saran yang sifatnya membangun. Serta skripsi ini bisa bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya. *Aamiin ya Rabbal 'alamiin.*

Bandar Lampung, 24 September 2021



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
PENGESAHAN	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah	2
C. Fokus Penelitian	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Penelitian	7
G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan	8
H. Metode Penelitian	12
I. Sistematika Pembahasan	19
BAB II ETIKA BISNIS ISLAM DAN PELAYANAN	
A. Etika Bisnis Islam	21
1. Definisi Etika Bisnis Islam	21
2. Aksioma Dasar Etika Bisnis Islam	26
B. Pelayanan Ibadah Haji dan Umroh	29
1. Definisi Pelayanan Haji dan Umroh	29
2. Bentuk-Bentuk Pelayanan Haji dan Umroh	32
3. Kualitas Pelayanan Haji dan Umroh	34
4. Tahapan-Tahapan Pelayanan Haji dan Umroh	40

**BAB III QIFAYA ALKARIM TOUR AND TRAVEL
DI SUKARAME BANDAR LAMPUNG**

A. Gambaran Umum Qifaya Alkarim Tour and Travel.....	43
1. Sejarah Singkat Qifaya Alkarim Tour and Travel....	43
2. Visi dan Misi Qifaya Alkarim Tour and Travel	48
3. Struktur Qifaya Alkarim Tour and Travel.....	49
4. Program Qifaya Alkarim Tour and Travel	50
B. Etika Bisnis Islam Qifaya Alkarim Tour and Travel	52
1. Etika Bisnis Islam Aksioma Tauhid (Persatuan).....	52
2. Etika Bisnis Islam Aksioma Keseimbangan (Keadilan)	53
3. Etika Bisnis Islam Aksioma KehendakBebas	53
4. Etika Bisnis Islam Aksioma Pertanggungjawaban ...	54
C. Pelayanan Qifaya Alkarim Tour and Travel	56
1. Administrasi.....	56
2. Pembinaan / Bimbingan Manasik	57
3. Transportasi	58
4. Akomodasi.....	58
5. Konsumsi.....	61
6. Kesehatan.....	61

**BAB IV IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM
DALAM PELAYANAN PADA QIFAYA ALKARIM
TOUR AND TRAVEL DI SUKARAME BANDAR
LAMPUNG**

A. Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Qifaya Alkarim Tour and Travel	63
B. Implementasi Pelayanan Pada Qifaya Alkarim Tour and Travel	70
C. Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Pelayanan Pada Qifaya Alkarim Tour and Travel	75

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	87
B. Rekomendasi.....	89

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Pelayanan Yang Diterima Dari Qifaya Alkarim Tour and Travel	60
2. Perlengkapan Umroh	60



DAFTAR LAMPIRAN

1. Pedoman Wawancara
2. Kartu Konsultasi
3. Surat Keputusan Judul Skripsi
4. Surat Keterangan Perubahan Judul Skripsi
5. Surat Mohon Izin Penelitian / Survey
6. Surat Keterangan Penelitian Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPM PTSP)
7. Surat Keterangan Izin Penelitian / Survey Yayasan Alkarim Rasyid Indonesia
8. Dokumentasi Pendukung (Foto dan Dokumentasi)
9. Turnitin



BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Untuk menghindari perbedaan persepsi dan interpretasi dalam penulisan karya ilmiah ini, penulis perlu memberikan penegasan terhadap istilah-istilah yang dimaksud dalam judul **“Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Pelayanan Pada Qifaya Alkarim Tour And Travel di Sukarame Bandar Lampung”**. Berikut ini beberapa definisi secara konsep dan secara operasional yang perlu penulis definisikan dalam judul tersebut.

1. Etika bisnis Islam ialah konsep tentang usaha ekonomi khususnya perdagangan dari sudut pandang baik dan buruk serta benar dan salah menurut standard Islami.¹ Islam tidak memisahkan bisnis dengan etika, sebagaimana Islam tidak memisahkan ilmu dengan etika, politik dengan etika. Islam juga tidak memisahkan agama dengan negara dan materi dengan spiritual. Namun Islam menggabungkan nilai-nilai spiritual dan material dalam kesatuan yang seimbang dengan tujuan menjadikan manusia hidup bahagia di dunia dan di akhirat.²
2. Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Artinya karyawan langsung berhadapan dengan pelanggan atau menempatkan sesuatu di mana pelanggan / nasabah sudah tahu tempatnya atau pelayanan melalui telepon. Tindakan yang dilakukan guna memenuhi keinginan pelanggan akan sesuatu produk atau jasa yang mereka butuhkan.³

¹ Muhammad Amin Suma, *Menggali Akar Mengurai Serat Ekonomi dan Keuangan Islam*, (Jakarta : Kholam Publishing, 2008), h. 293

²Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta : Kencana, 2006), h. 3

³ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2005), h. 15

3. Haji menurut bahasa, ialah menuju kesuatu tempat berulang kali atau menuju kepada sesuatu yang dibebaskan.⁴ Sedangkan menurut istilah, berarti beribadah kepada Allah dengan melaksanakan manasik haji, yaitu perbuatan tertentu yang dilakukan pada waktu dan tempat tertentu dengan cara yang tertentu pula.⁵ Hal ini berbeda dengan umroh yang biasa dilakukan sewaktu-waktu.⁶
4. Qifaya Alkarim Tour and Travel merupakan salah satu program kerja dari Yayasan Alkarim Rasyid Indonesia yang bermitra dengan PT. Qifaya Travel yang bergerak dalam bidang haji khusus (ONH Plus) dan umroh serta paket-paket perjalanan wisata Islami domestik dan internasional.

Berdasarkan uraian di atas, yang dimaksud dengan judul penulisan karya ilmiah ini adalah sebuah upaya mengimplementasikan etika bisnis Islam dalam pelayanan ibadah haji dan umroh, hal ini mengingatkan bahwa dalam dunia bisnis terlebih lagi bisnis travel haji dan umroh haruslah mengutamakan etika dalam Islam yang berpegang teguh pada Al-Qur'an dan Hadits. Adapun fokus penelitian pada penulisan karya ilmiah ini yaitu implementasi dari etika bisnis Islam yang berupa tauhid, keseimbangan (keadilan), kehendak bebas dan pertanggungjawaban terhadap pelanggan dalam aktivitas pelayanan bisnis ibadah haji dan umroh Qifaya Alkarim Tour and Travel di Sukarame Bandar Lampung.

B. Latar Belakang Masalah

Di dunia ini, bisnis menjadi suatu kegiatan ataupun pekerjaan yang banyak peminatnya. Banyak pengusaha-pengusaha yang menggeluti pekerjaan ini. Bisnis dalam segala macamnya terjadi dalam kehidupan manusia setiap hari secara luas. Banyaknya pelaku bisnis dengan beragam motif, orientasi

⁴ Hasbi Ash Shiddieqy, *Pedoman Haji*, (Jakarta : N.V Bulan Bintang, 1983), h. 16

⁵ Umi Aqilla, *Panduan Praktik Haji dan Umrah*, (Jakarta : Al-Maghfiroh, 2010), h. 5

⁶ Nurdin Suin, *Manasik Haji Jelas dan Ringkas*, (Padang : University Press, 2004), h. 1

bisnis serta permasalahan bisnis yang semakin kompleks. Adakalanya pelaku bisnis terjebak dalam melakukan segala cara untuk mencapai tujuan dan *goal* yang diinginkan, terlebih lagi jika tujuannya hanya berfokuskan pada mencari keuntungan finansial saja. Hal ini sering terjadi dan menimbulkan perbuatan negatif yang menjadi suatu kebiasaan dalam perilaku bisnis.

Problematika yang terjadi dalam dunia bisnis, selalu saja disebabkan oleh pelaku bisnis yang kerap kali meninggalkan ajaran Islam, mereka yang melupakan ketentuan-ketentuan dasar dalam etika berbisnis, sehingga dapat dijumpai penipuan-penipuan yang terjadi dalam bisnis travel haji dan umroh. Sehingga tak jarang suatu bisnis travel diidentikkan dengan perbuatan yang kotor, karena terdapat perilaku bohong atau dusta, sombong, ingkar janji, tipu menipu, dan lain sebagainya. Bahkan dalam pelayanan haji dan umroh ada beberapa travel yang memberlakukan kecurangan-kecurangan tersebut, yang mengatasnamakan beribadah kepada Allah SWT menuju tanah suci Makkah, namun sejatinya mereka melakukan kecurangan dengan membohongi calon jamaah dan membawa kabur uangnya. Padahal kegiatan bisnis berupa pelayanan haji dan umroh tidak hanya mengutamakan kepentingan dunia saja, tetapi kepentingan akhiratpun juga. Dengan melayanai tamu Allah SWT yang mengharapkan keberkahan amal dan ibadah dalam menjalankannya, maka diperlukannya etika bisnis Islam untuk mencapai pelayanan ibadah haji dan umroh yang di ridhai Allah SWT.

Etika bisnis Islam merupakan ilmu yang berkaitan dengan pemikiran tentang benar dan salah, baik, buruk, moral, dalam ajaran yang tercantum di dalam Al-Qur'an dan Sunnah dengan mengikuti contoh teladan Nabi Muhammad SAW.⁷ Etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang sesuai dengan syariah.⁸ Etika bisnis Islam adalah

⁷ Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta : Salemba Empat, 2011), h. 16

⁸ Buchari Alma, *Ajaran Islam Dalam Bisnis*, (Bandung : Alfabeta, 1994), h.

Aqidah Islamiyah, menerangkan bahwa Islam adalah agama dan sekaligus ideologi sempurna yang mengatur segala aspek kehidupan tanpa kecuali, termasuk aspek ekonomi.⁹

Dalam membicarakan etika bisnis Islami adalah menyangkut “*Business Firm*” dan atau “*Business Person*”, yang mempunyai arti yang bervariasi. Berbisnis berarti suatu usaha yang menguntungkan. Jadi etika bisnis Islami adalah studi tentang seseorang atau organisasi melakukan usaha atau kontak bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam.¹⁰ Etika bisnis dalam Islam memiliki norma – norma baik pedoman dalam menjalankan atau mengelola bisnis yang harus dilakukan oleh pelaku bisnis. Pada hakekatnya nilai-nilai Islam dalam bisnis sudah pasti bersumber dari ajaran Al-Qur’an dan Hadits. Dalam hal ini etika bisnis Islam mengandung empat aksioma dasar di dalam sistem etika yaitu, tauhid (persatuan), keseimbangan (keadilan), kehendak bebas dan pertanggungjawaban. Empat aksioma dasar ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi *moral awareness* para pebisnis muslim untuk menentukan prinsip-prinsip yang dianut dalam menjalankan bisnisnya.

Menurut Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji, Pasal 1 ayat (1) dan Pasal 10 berbunyi “Penyelenggaraan ibadah haji khusus adalah penyelenggaraan ibadah haji yang pelayanan, pengelolaan, dan pembiayaan bersifat khusus. Pelayanan dan pelaksanaan ibadah haji khusus meliputi waktu pelaksanaan, akomodasi, konsumsi, transportasi, kesehatan, dan bimbingan ibadah haji.”¹¹

Semakin banyak perusahaan atau lembaga yang melakukan bisnis dalam penyelenggaraan dan pelaksanaan ibadah haji dan umroh di Indonesia, menimbulkan persaingan antara travel satu

⁹Khoiruddin, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Bandar Lampung : IAIN Raden Intan Lampung, 2015), h. 35

¹⁰Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung : Alfabeta, 2013), h. 35

¹¹ Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji, Pasal 1 ayat (1) dan Pasal 10

dengan yang lainnya. Hal ini menimbulkan kebingungan calon jamaah haji dan umroh dalam memilih dan mencari lembaga mana yang baik dan benar untuk diberikan pelayanan di segala bidang sehingga pelaksanaan ibadah haji dan umroh bisa mencapai hasil yang memuaskan.

Agar tujuan pelaksanaan ibadah haji dan umroh selalu sukses, yaitu dapat memberikan pelayanan, pembinaan, perlindungan, dari persiapan sebelum perjalanan, ketika di Arab Saudi, maupun setelah pulang ke tanah air, dan mencapai target yang dicapai maka perlu adanya pengelolaan dan pelayanan yang baik. Sehingga apa yang menjadi cita-cita para jamaah dalam menunaikan ibadah haji dan umroh bisa diperoleh secara sempurna dan memuaskan.

Pelayanan merupakan proses pemenuhan kebutuhan aktivitas secara langsung yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sehingga masyarakat mendapat kepuasan.¹² Pelayanan ibadah haji meliputi pendaftaran, pemeliharaan kesehatan, transportasi, akomodasi, penginapan, konsumsi, perlindungan, keimigrasian, dan lain-lain. Arti pelayanan disini juga mencakup pembimbingan ibadah haji dan umroh. Agar tujuan pelaksanaan ibadah haji dan umroh selalu sukses dan mencapai tujuan yang ingin dicapai, maka perlu adanya manajemen yang baik, salah satunya adalah manajemen di bidang pelayanan. Adanya manajemen pelayanan yang baik, diharapkan dapat melayani jamaah secara maksimal, efektif dan efisien.

Pemberian pelayanan atau jasa yang baik pada jamaah akan memberikan kepuasan pada jamaahnya yang pada akhirnya akan menciptakan loyalitas jamaah pada pengelola yang dalam hal ini adalah pihak travel yang bersangkutan. Apabila pelayanan jasa sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan atau jasa dipersepsikan baik dan memuaskan, begitu juga dengan sebaliknya apabila pelayanan atau jasa yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

¹²Zaenal Mukarom, Muhibudin Wijaya Laksana, *Manajemen Pelayanan Publik*, (Bandung: Pustaka Setia, 2018), h. 5.

Kualitas pelayanan yang baik dapat memberikan kepuasan kepada jamaah adalah memiliki karyawan yang profesional, tersedia sarana dan prasarana yang baik, tersedia semua produk yang diinginkan, bertanggungjawab kepada setiap jamaah dari awal hingga selesai, mampu melayani secara cepat dan tepat, mampu berkomunikasi secara jelas, memiliki pengetahuan umum secara jelas, mampu memberikan kepercayaan kepada jamaah.¹³

Konsep Islam juga telah mengajarkan bahwa dalam memberikan pelayanan dari usaha yang dijalankan baik berupa barang dan jasa janganlah memberikan yang buruk tetapi berikanlah barang dan jasa yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini dilakukan agar pelanggan percaya, aman, nyaman, dan mau bersikap loyal kepada perusahaan sehingga kedua belah pihak baik pelanggan maupun perusahaan merasa senang dengan pelayanan yang baik.

Pelayanan yang diberikan Qifaya Alkarim Tour and Travel dalam penyelenggaraan ibadah haji dan umroh dibagi menjadi dua yaitu, pelayanan di tanah suci Makkah dan pelayanan di tanah air Indonesia. Pelayanan ibadah haji dan umroh di tanah suci Makkah adalah pelayanan akomodasi, transportasi, hotel atau tempat penginapan, konsumsi, kesehatan, serta bimbingan ibadah haji dan umroh. Sedangkan pelayanan di tanah air Indonesia merupakan aspek penting yang harus diperhatikan dalam pembinaannya, seperti dalam pelayanan jasa atau setoran pembayaran ONH Plus, pengurusan dokumen pemberangkatan ibadah haji dan umroh, pemeriksaan kesehatan calon jamaah haji dan umroh, bimbingan manasik, penyediaan perlengkapan, dan konsultasi keagamaan.

Apabila dalam penerapan konsep etika bisnis Islam pada Qifaya Alkarim Tour and Travel dalam pelayanan jamaah haji dan umroh tidak sesuai dengan nilai-nilai syariat Islam, maka perusahaan tersebut tidak akan berjalan dengan lancar dan bertahan lama dalam menjalankan usaha atau bisnis tersebut,

¹³Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), h. 9.

seperti yang terjadi pada biro atau travel haji umroh yang bermasalah.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut dan melakukan penelitian dengan judul “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Pelayanan Pada Qifaya Alkarim Tour and Travel di Sukarame Bandar Lampung”

C. Fokus Penelitian

Agar penelitian ini lebih terarah, maka penulis memfokuskan penelitian ini hanya kepada implementasi etika bisnis Islam dalam pelayanan pada Qifaya Alkarim Tour and Travel, dengan alamat lembaga yaitu Jl. Ryacudu, (Jalur 2 Korpri) Gg. Hasan 1, Sukarame, Bandar Lampung.

Dari fokus penelitian tersebut, maka penulis menetapkan sudut tinjauan dalam penelitian ini berupa implementasi etika bisnis Islam pada Qifaya Alkarim Tour and Travel, implementasi pelayanan pada Qifaya Alkarim Tour and Travel dan implementasi etika bisnis Islam dalam pelayanan pada Qifaya Alkarim Tour and Travel di Sukarame Bandar Lampung.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka masalah pokok yang diangkat dalam penelitian ini adalah “Bagaimana implementasi etika bisnis Islam dalam pelayanan pada Qifaya Alkarim Tour and Travel?”

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini dengan rumusan masalah di atas adalah “Untuk mengetahui tentang implementasi etika bisnis Islam dalam pelayanan pada Qifaya Alkarim Tour and Travel.”

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran terhadap keilmuan dan bisa menjadi bahan rujukan dalam proses perkuliahan. Khususnya bagi

mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Jurusan Manajemen Dakwah, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Umumnya bagi mahasiswa lain sebagai referensi dan sarana penambahan informasi maupun ilmu pengetahuan mengenai Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Ibadah Haji dan Umroh.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Lembaga, Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan pertimbangan Qifaya Alkarim Tour and Travel maupun lembaga bisnis Islam (khususnya) dan lembaga bisnis lainnya (umumnya) untuk menjaga dan meningkatkan etika bisnis Islam dalam pelayanan.
- b. Bagi Penulis, Hasil penelitian ini dapat menjadi sarana menambah pengetahuan dan pengalaman penulis dalam menerapkan teori-teori yang dipelajari sesuai dengan kenyataan di lapangan (tempat penelitian) sehingga hasil yang dicapai lebih efektif dan efisien.
- c. Bagi Umum, Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan menambah sumbangan ilmu pengetahuan di bidang Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Ibadah Haji dan Umroh yang kemudian dapat digunakan oleh pihak yang memerlukan.

G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

1. Widya Agustina, Program Studi Ekonomi Syari'ah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2018 yang berjudul "Analisis Strategi Promosi dan Pelayanan Pariwisata Guna Meningkatkan Jumlah Pengunjung di Pantai Sari Ringgung Pesawaran Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam". Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data yang menggunakan metode observasi, wawancara, kuisioner, dan dokumentasi. Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi promosi dan pelayanan yang dilakukan oleh pengelola dalam meningkatkan jumlah pengunjung yaitu dengan menerapkan bauran promosi yaitu dengan periklanan melalui media

elektronik, media sosial. Pandangan etika bisnis Islam dalam strategi promosi dan pelayanan pantai Sari Ringgung yaitu, tidak mengobral sumpah, jujur, tidak mengingkari janji, menghindari adanya penipuan, dan rela dengan laba yang sedikit. Sedangkan dalam pelayanan yaitu jujur, bertanggung jawab, tidak menipu, menepati janji, dan melayani dengan rendah hati.¹⁴ Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah terletak pada teori dari etika bisnis Islam dan pelayanan. Penulis akan meneliti tentang etika bisnis Islam yang mengandung empat aksioma dasar di dalam sistem etika yaitu, tauhid (persatuan), keseimbangan (keadilan), kehendak bebas dan pertanggungjawaban. Empat aksioma dasar ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi *moral awareness* para pebisnis muslim untuk menentukan prinsip-prinsip yang dianut dalam menjalankan bisnisnya. Sedangkan pelayanan yang akan dibahas pada penelitian yaitu implementasi pelayanan yang ditinjau dari bentuk-bentuk pelayanan haji dan umroh, kualitas pelayanan haji dan umroh, serta tahapan-tahapan pelayanan haji dan umroh.

2. Pramana Wijaya, Program Studi Muamalat, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2014 yang berjudul “Studi Evaluasi Penerapan Etika Bisnis Pada Biro Perjalanan Haji dan Umroh (Studi Pada PT. Arminareka Perdana)”. Penelitian ini menggunakan metode melalui pendekatan kualitatif dengan menggunakan kuesioner sebanyak 30 responden, di mana informan dan responden yang dijadikan objek penelitian merupakan para pengguna jasa PT. Arminareka Perdana di wilayah Jakarta. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 30 responden dengan menanyakan seputar realisasi janji PT. Arminareka Perdana. Penelitian ini menunjukkan bahwa PT. Arminareka Perdana menepati

¹⁴ Widya Agustina, “Analisis Strategi Promosi dan Pelayanan Pariwisata Guna Meningkatkan Jumlah Pengunjung di Pantai Sari Ringgung Pesawaran Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”, (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2018)

seluruh janji yang diberikan kepada konsumen dan telah memenuhi semua aksioma dasar etika bisnis Islam.¹⁵ Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah terletak pada fokus penelitiannya hanya membahas tentang aksioma dasar etika bisnis Islam, sedangkan penulis juga akan membahas tentang implementasi pelayanan yang ditinjau dari bentuk-bentuk pelayanan haji dan umroh, kualitas pelayanan haji dan umroh, serta tahapan-tahapan pelayanan haji dan umroh.

3. Aisyah Amini, Suherman Rosyidi, Departemen Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, Volume 7 Nomor 12 Desember 2020 yang berjudul “Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Perusahaan Penyelenggaraan Perjalanan Ibadah Umroh dan Haji di Mubina Tour Indonesia Kabupaten Gresik.”. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan metode kasus yang menggunakan metode survey pendahuluan, observasi, wawancara, dokumentasi dan studi literatur. Penelitian ini menunjukkan bahwa Mubina Tour Indonesia Kabupaten Gresik telah menerapkan etika bisnis Islam dengan cara menyampaikan secara jujur dan benar, senantiasa berusaha untuk selalu menepati apa yang telah dijanjikan, membekali semua karyawan dengan berbagai skill dan mengemas promosi dengan trik-trik yang menarik.¹⁶ Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah terletak pada fokus penelitiannya hanya membahas tentang pengertian etika bisnis Islam, sedangkan penulis akan membahas tentang aksioma dasar etika bisnis Islam dan pelayanan yang ditinjau dari bentuk-bentuk

¹⁵ Pramana Wijaya, “Studi Evaluasi Penerapan Etika Bisnis Pada Biro Perjalanan Haji dan Umroh (Studi Pada PT. Arminareka Perdana)”, (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2014)

¹⁶ Aisyah Amini, Suherman Rosyidi, “Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Perusahaan Penyelenggaraan Perjalanan Ibadah Umroh dan Haji di Mubina Tour Indonesia Kabupaten Gresik,” *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, Volume 7 Nomor 12 Desember 2020

pelayanan haji dan umroh, kualitas pelayanan haji dan umroh, serta tahapan-tahapan pelayanan haji dan umroh.

4. Furqon Mukminin, Jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Walisongo. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2015 yang berjudul “Manajemen Pelayanan Biro Perjalanan Haji dan Umroh (Studi Kasus di Sultan Agung Tour & Travel Semarang)”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan merespon keinginan para pelanggannya dengan memberikan pelayanan yang baik dan profesional agar jamaah haji bisa melaksanakan ibadah haji dengan lancar, tertib, aman dan nyaman. Faktor yang mendukung pelayanan kepada jamaah adalah fasilitas-fasilitas yang diberikan kepada jamaah seperti jenis hotel berbintang empat atau lima, transportasi yang memadai, adanya dokter yang mendampingi jamaah untuk menyediakan obat-obatan. Sedangkan faktor yang menghambat adalah banyaknya komplain dari jamaah mengenai menu makanan yang disediakan oleh pihak hotel dan penundaan penerbangan dikarenakan cuaca yang kurang mendukung untuk melakukan penerbangan.¹⁷ Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah terletak pada fokus penelitiannya hanya membahas tentang manajemen pelayanan, sedangkan penulis akan membahas tentang pelayanan yang ditinjau dari bentuk-bentuk pelayanan haji dan umroh, kualitas pelayanan haji dan umroh, serta tahapan-tahapan pelayanan haji dan umroh serta aksioma dasar etika bisnis Islam.
5. Fadillah Rilho Aji, Jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Kalijaga Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2016 yang berjudul “Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Baitul Maal Wa Tamwil Bangun Rakyat Sejahtera di Timoho, Yogyakarta”.

¹⁷ Furqon Mukminin, “Manajemen Pelayanan Biro Perjalanan Haji dan Umroh (Studi Kasus di Sultan Agung Tour & Travel Semarang)”, (Skripsi, UIN Walisongo, 2015)

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitiannya yaitu BMT BRS telah menerapkan etika bisnis Islam sesuai dengan Al-Qur'an dan Hadis. Norma-norma yang digunakan pada penelitian ini yaitu norma berlaku bersih, norma transparan, norma profesional, norma kesatuan, norma keseimbangan, norma kehendak bebas, dan norma tanggungjawab.¹⁸ Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah terletak pada teori etika bisnis Islam dan objek penelitian. Penulis akan meneliti tentang etika bisnis Islam yang mengandung empat aksioma dasar di dalam sistem etika yaitu, tauhid (persatuan), keseimbangan (keadilan), kehendak bebas dan pertanggungjawaban. Sedangkan pelayanan yang akan dibahas pada penelitian yaitu implementasi pelayanan yang ditinjau dari bentuk-bentuk pelayanan haji dan umroh, kualitas pelayanan haji dan umroh, serta tahapan-tahapan pelayanan haji dan umroh.

H. Metode Penelitian

Metode berasal dari kata *methodos* (Yunani) yang dimaksud adalah cara atau menuju suatu jalan. Metode merupakan kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan suatu cara kerja (sistematis) untuk memahami suatu subjek dan objek penelitian, sebagai upaya untuk menemukan jawaban yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah dan termasuk keabsahannya. Menurut Soerjono Soekanto, penelitian merupakan kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan analisis dan konsentrasi yang dilakukan secara metodologis, sistematis, dan konsisten.¹⁹

Jadi metode penelitian atau metodologi riset adalah seperangkat pengetahuan tentang langkah-langkah sistematis dan logis tentang pencarian data yang berkenaan dengan masalah

¹⁸ Fadillah Rilho Aji, "Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Baitul Maal Wa Tamwil Bangun Rakyat Sejahtera di Timoho, Yogyakarta", (Skripsi, UIN Kalijaga Yogyakarta, 2016)

¹⁹ Rosady Ruslan, *Metode Penelitian public Relations dan Komunikasi*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2010), h. 24.

tertentu untuk di olah dan analisis, diambil kesimpulan dan selanjutnya dicarikan cara pemecahannya.²⁰

1. Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang penulis lakukan adalah penelitian lapangan (*field research*) dan didukung dengan pendekatan kualitatif yang akan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dan bukan angka. Menurut M. Iqbal Hasan penelitian lapangan (*field research*), yaitu “penelitian yang langsung dilakukan di lapangan atau pada responden”.²¹ Metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang dilakukan di lapangan dengan merujuk pada landasan teori yang ada.²²

Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari perspektif partisipan. Pemahaman tersebut tidak ditentukan terlebih dahulu, tetapi diperoleh setelah melakukan analisis terhadap kenyataan sosial yang menjadi fokus penelitian, dan kemudian ditarik suatu kesimpulan berupa pemahaman umum tentang kenyataan-kenyataan tersebut.²³

Sifat penelitian yang penulis lakukan adalah penelitian yang bersifat deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal lain-lain yang sudah disebutkan, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian.²⁴ Penelitian deskriptif digunakan sebagai cara yang praktis untuk menjelaskan dan menjabarkan implementasi etika bisnis Islam dalam pelayanan pada Qifaya Alkarim Tour and Travel.

²⁰ Wardi Bachtiar, *Metode Penelitian Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Logos, 1997), h.1

²¹ M. Iqbal Hasan, *Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2002), h.11

²² Nurul Zuriah, *Metode Penelitian Sosial dan Pendidikan*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2005), h. 95

²³ Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Publik Relations dan Komunikasi*, h. 215

²⁴ Suharsimi Arikunto, *Proseur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2013), h. 3

2. Langkah-langkah Penelitian

Ada tiga tahap untuk melakukan penelitian, yaitu :

a. Tahap Pra Penelitian

Tahapan peneliti melakukan *survey* terlebih dahulu. Mencari informasi tentang objek yang sebagai subjek dalam penelitian sehingga mendapatkan izin dari lembaga untuk dapat melakukan penelitian di lembaga tersebut.

b. Tahap Pekerjaan Lapangan

Tahapan lapangan memasuki pada tahapan pengumpulan data yang dibutuhkan untuk memahami, mengetahui dan melengkapi suatu informasi.

c. Tahap Analisis Data

Tahap analisis data adalah tahap untuk menyelesaikan laporan dengan menggunakan teori untuk menarik kesimpulan.²⁵

3. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah pada Qifaya Alkarim Tour and Travel yang terdiri dari Endang Hartatik., S.H.I sebagai bidang keuangan, Salsabila Ramadhani, S.Pd. sebagai bidang administrasi, dan dua alumni jamaah yang pernah merasakan secara langsung pelayanan yang diberikan oleh Qifaya Alkarim Tour and Travel. .

b. Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi etika bisnis Islam dalam pelayanan pada Qifaya Alkarim Tour and Travel.

4. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana subjek dapat diperoleh.²⁶ Sumber data ini merupakan sesuatu

²⁵Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya), h. 127-151

yang sangat penting untuk digunakan dalam penelitian guna menjelaskan valid atau tidaknya suatu penelitian. Dalam hal ini penulis menggunakan dua sumber data, yaitu :

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden atau objek yang diteliti atau ada hubungan dengan objek yang diteliti. Data tersebut bisa diperoleh langsung dari personal yang diteliti dan dapat pula berasal dari lapangan.²⁷ Menurut Sugiyono data primer merupakan data yang bersumber langsung dari pemberi data.²⁸ Dalam hal ini, data primer bersumber dari data lapangan yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dengan melakukan observasi, dokumentasi dan wawancara kepada responden atau pemberi data yang tidak lain adalah pihak terkait di Qifaya Alkarim Tour and Travel.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah lebih dahulu dikumpulkan dan dilaporkan oleh instansi diluar dari penelitian sendiri, walaupun yang dikumpulkan ini sesungguhnya adalah data asli.²⁹ Data sekunder merupakan data yang bersumber tidak langsung dari pemberi data atau merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data.³⁰ Dalam hal ini, data sekunder bersumber dari literatur-literatur dan berbagai macam sumber lainnya seperti jurnal, artikel, berita, internet, buku-buku, kepustakaan ilmiah, serta sumber-sumber lainnya yang mendukung dan berhubungan dengan penelitian ini.

²⁶*Ibid*, h. 172

²⁷Moh. Pabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, (Jakarta : Bumi Aksara , 2006), h. 57

²⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung : Alfabeta, 2014), h. 233

²⁹Moh. Pabudu Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, h. 58

³⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, h. 223

5. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk pengumpulan data diantaranya sebagai berikut :

a. Metode Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data dalam bentuk wawancara atau tanya jawab dengan pihak yang bersangkutan. Sistematika wawancara berlandaskan pada tujuan peneliti.³¹ Wawancara dilakukan dengan direktur utama Qifaya Alkarim Tour and Travel dan beberapa staff Yayasan Alkarim Rasyid Indonesia, guna untuk mencari data atau informasi yang diinginkan sesuai dengan judul pada penelitian ini.

Dalam hal ini peneliti menggunakan *interviewguide* yaitu sebagai suatu proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab secara langsung langsung dan tidak langsung baik itu sambil bertatap muka ataupun tidak antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara.

b. Metode Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data dimana yang menjadi data adalah dokumen, yakni berupa catatan, buku, surat kabar, majalah, prasasti, agenda, dan sebagainya yang berkaitan dengan objek yang diteliti.

Penelaahan dokumentasi dilakukan oleh peneliti untuk melakukan kontak dengan pelaku atau sebagai partisipan yang terlibat pada suatu peristiwa sejarah masa lalu. Terdapat jenis dokumentasi yang dipergunakan dalam metode ini, yaitu :

- 1) Data *archival* (arsif)
- 2) Dokumen (sejarah) milik lembaga atau pribadi

³¹Sutrisno Hadi, *Metode Research jilid I*, (Yogyakarta: Andi Ofset, 1989), h.

- 3) Dokumentasi publik, seperti data atau informasi yang tercantum di berbagai media massa, perpustakaan, bahan publikasi instansi dan pengumuman publik.³²

6. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang peneliti gunakan dalam menganalisis bersifat deskriptif kualitatif yaitu penyajian data dalam bentuk tulisan dan menerangkan apa adanya sesuai data yang diperoleh dari hasil penelitian yang kemudian dilakukan analisis. Analisis data yang dilakukan biasanya bersifat manual.³³ Jadi dalam analisis data ini peneliti akan mendeskripsikan segala sesuatu tentang implementasi etika bisnis Islam dalam pelayanan pada Qifaya Alkarim Tour and Travel sesuai dengan apa yang didengar dan dilihat tanpa mengurangnya.

Analisis data pada penelitian ini bersifat induktif, yaitu upaya yang dilakukan dengan bekerja dengan data, mengorganisasikan data memilah-milah menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesis, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.³⁴

Tahapan-tahapan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Mengumpulkan data, yaitu data yang dikumpulkan berasal dari hasil wawancara, studi dokumen dan observasi.
- b. Mengklarifikasi materi data, langkah ini digunakan untuk memilih data yang dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya. Mengklarifikasi materi data dapat dilakukan dengan mengelompokkan data yang diperoleh dari hasil, wawancara, studi dokumen dan observasi.

³²Rosady Ruslan, *Metode Penelitian public Relations dan Komunikasi*. h. 221.

³³ Haris Herdiansyah, *Matode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta : Salemba Humanika, 2010), h. 48

³⁴Lexy J. Moelong, *Metode Penelitian kualitatif*, h. 248

- c. Pengeditan, yaitu melakukan penelaahan terhadap data yang terkumpul melalui teknik-teknik yang digunakan kemudian dilakukan penelitian dan pemeriksaan kebenaran serta perbaikan apabila terdapat kesalahan sehingga mempermudah proses penelitian lebih lanjut.
- d. Menyajikan data, yaitu data yang telah ada dideskripsikan secara verbal kemudian diberikan penjelasan dan uraian berdasarkan pemikiran yang logis, serta memberikan argumentasi dan dapat ditarik kesimpulan.³⁵

7. Teknik Keabsahan Data

Teknik keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisa data triangulasi. Metode triangulasi terdiri atas empat model, yaitu triangulasi metode, triangulasi sumber, triangulasi situasi, dan triangulasi teori.

- a. Triangulasi metode, yaitu teknik untuk menganalisa data dan informasi dengan menggunakan minimal dua metode.
- b. Triangulasi sumber, yaitu cara menguji data dan informasi dengan mencari-cari data dan informasi yang sama kepada lain subjek.
- c. Triangulasi situasi, yaitu pengujian informasi dari penuturan seorang responden/subjek jika dalam keadaan ada orang lain dibanding dengan dalam keadaan sendirian.
- d. Triangulasi teori, yaitu apakah ada penjelasan dan analisis atau tidak antara satu teori dengan teori yang lain terhadap data hasil penelitian.³⁶

Pengecekan data dalam penelitian berguna untuk menguji kebenaran atau keabsahan data. Metode keabsahan yang digunakan yaitu triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan data yang menggunakan manfaat lain selain data yang didapat untuk keperluan pengecekan sebagai perbandingan data.³⁷ Dilakukannya pengecekan guna

³⁵*Ibid.*, h. 334.

³⁶ Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010), h. 103

³⁷ Djunaidi Ghony dan Fauzan Almanshur, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta : Ar-Ruzz Media, 2012), h. 319

memperoleh data yang valid. Penelitian ini melakukan pengecekan dengan menggunakan triangulasi sumber data.

I. Sistematika Pembahasan

Agar pembahasan dalam penyusunan skripsi ini lebih sistematis dan terarah ada beberapa bab yang masing-masing bab mempunyai pembahasan yang berkaitan dengan bab satu dengan bab lainnya. Adapun bab-bab dengan pokok pembahasannya adalah sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan : bab ini berisi tentang penegasan judul, latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II Landasan Teori : bab ini berisi tentang etika bisnis Islam yang meliputi : definisi etika bisnis Islam, dan aksioma dasar etika bisnis Islam. Bab ini juga berisi tentang pelayanan ibadah haji dan umroh yang meliputi : definisi pelayanan haji dan umroh, bentuk-bentuk pelayanan haji dan umroh, kualitas pelayanan haji dan umroh, dan tahapan-tahapan pelayanan haji dan umroh.

BAB III Deskripsi Objek Penelitian : bab ini berisi tentang gambaran umum Qifaya Alkarim Tour and Travel yang meliputi : sejarah singkat Qifaya Alkarim Tour and Travel, visi dan misi Qifaya Alkarim Tour and Travel, struktur Qifaya Alkarim Tour and Travel, dan program Qifaya Alkarim Tour and Travel. Bab ini juga berisi tentang etika bisnis Islam Qifaya Alkarim Tour and Travel, dan pelayanan Qifaya Alkarim Tour and Travel.

BAB IV Analisis Penelitian : bab ini berisi tentang implementasi etika bisnis Islam pada Qifaya Alkarim Tour and Travel, implementasi pelayanan pada Qifaya Alkarim Tour and Travel, dan implementasi etika bisnis Islam dalam pelayanan pada Qifaya Alkarim Tour and Travel.

BAB V Penutup : bab ini berisi tentang kesimpulan dan rekomendasi.



BAB II

ETIKA BISNIS ISLAM DAN PELAYANAN HAJI DAN UMROH

A. Etika Bisnis Islam

1. Definisi Etika Bisnis Islam

Secara etimologi (bahasa) “etika” berasal dari kata Yunani *ethos*. Dalam bentuk tunggal, “ethos” berarti tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, akhlak, perasaan, cara berpikir. Dalam bentuk jamak, *ta etha* berarti adat kebiasaan.¹ Pengertian Etika didefinisikan sebagai *A set of rules that define right and wrong conducts*. Seperangkat aturan/undang-undang yang menentukan pada perilaku benar dan salah.²

Etika dapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari tentang segala soal kebaikan dalam hidup manusia semuanya, mengenai gerak-gerik pikiran dan rasa yang dapat merupakan pertimbangan perasaan sampai mengenai tujuannya yang dapat merupakan perbuatan. Ilmu etika ini tidak membahas kebiasaan semata-mata yang berdasarkan tata adab, melainkan membahas tata sifat-sifat dasar, atau adat-istiadat yang terkait tentang baik dan buruk dalam tingkah laku manusia.³

Menurut K. Bertens menyatakan bahwa etika sebagai berikut etika adalah ilmu tentang apa saja yang biasa dilakukan atau ilmu tentang adat kebiasaan, nilai tentang benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat, serta nilai dan norma moral yang dijadikan pegangan bagi seseorang atau suatu kelompok dalam mengatur perilakunya.⁴

Etika sebagai refleksi pemikiran moral. Artinya segala yang difikirkan tentang apa yang akan dilakukan dan

¹ Muhammad Mufid, *Etika Dan Filsafat Komunikasi*, (Jakarta : Prenadamedia, 2009), h. 173

² Muslich, *Etika Bisnis Islami (Landasan Filosofi, Normatif dan Substansi Implementatif)*, (Yogyakarta : Ekonisia, 2004), h. 1

³ M. Yatimin Abdullah, *Pengantar Studi Etika*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2006), h. 5

⁴ K. Bertens, *Pengantar Etika Bisnis*, (Yogyakarta: Kanisius, 2000), h. 25.

khususnya tentang apa yang harus kita lakukan dan yang tidak boleh kita lakukan.

Dalam hal ini etika dapat diartikan sebagai suatu perbuatan standar atau kebiasaan individu baik itu bentuk aturan maupun undang-undang yang mengarahkan individu itu sendiri dalam membuat keputusan dengan adanya pertimbangan perasaan sampai mencapai tujuan yang akan menjadi perbuatan yang berkaitan dengan tingkah laku manusia.

Bisnis diartikan sebagai usaha untuk memperoleh keuntungan sesuai tujuan dan target dalam berbagai bidang, baik dilihat dari segi kuantitas, kualitas maupun waktunya.⁵

Tujuan utama bagi pelaku bisnis adalah mencari keuntungan finansial yang ditetapkan berdasarkan target dan jangka waktunya, baik itu bagi pelaku bisnis jangka panjang maupun jangka pendek. Salah satu anjuran untuk memperoleh rezeki dengan cara berbisnis. Bisnis adalah suatu rangkaian peristiwa yang melibatkan pelaku bisnis yang diharapkan nantinya memperoleh suatu keuntungan.

Etika bisnis dapat dijalankan dengan 3 taraf yaitu taraf makro, meso, dan mikro. Dimana makro merupakan etika bisnis mempelajari aspek-aspek ekonomi dan bisnis secara keseluruhan, sementara meso merupakan taraf kedua dimana etika bisnis menyelidiki masalah-masalah etis di bidang organisasi contohnya perusahaan. Dan pada taraf mikro, hanya difokuskan pada individu dengan hubungannya antara ekonomi dan bisnis.⁶

Etika bisnis merupakan studi formal dan bagaimana standar itu diterapkan ke dalam sistem dan organisasi yang digunakan masyarakat modern untuk memproduksi dan mendistribusikan barang dan jasa dan diterapkan kepada orang-orang yang ada di dalam organisasi.⁷ Etika bisnis

⁵ Dedi Purwana, Nurdin Hidayat, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Depok : Rajawali Pers, 2018), h. 2

⁶ K. Bertens, *Pengantar Etika Bisnis*, h..

⁷ Manuel G. Velasquez, *Etika Bisnis Konsep dan Kasus*, (Yogyakarta : Andi, 2005), h. 14

kadang-kadang disebut pula etika manajemen ialah penerapan standar moral ke dalam kegiatan bisnis. W.F Schoell menyatakan bahwa *Some philosophers say that behavior is ethical if it follows the will of GOD* (Schoell, 1993:46)⁸

Faisal Badroen mendefinisikan etika bisnis sebagai seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma di mana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai ‘daratan’ atau tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat.

Etika bisnis menurut Al- Ghazali yaitu suatu bisnis yang dijalankan dimana aktivitasnya tidak menghalangi untuk mengingat Allah, aktivitas bisnis untuk menunaikan fardu kifayah atau tugas dalam bermasyarakat, serta menjalankan bisnis bukan hanya untuk menjauhi yang haram saja tetapi senantiasa memelihara diri dari perbuatan syubuhat.⁹

Selain itu, etika bisnis juga dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis, yaitu refleksi tentang perbuatan baik, buruk, terpuji, tercela, benar, salah, wajar, pantas, tidak pantas dari perilaku seseorang dalam berbisnis atau bekerja.¹⁰

Pelaksanaan bisnis memerlukan yang namanya etika bisnis untuk mencapai tujuan bisnis sebagaimana yang telah ditentukan. Aktivitas bisnis yang dilandasi etika yaitu bisnis yang dilakukan dan didasari oleh metode-metode yang baik serta cara berfikir yang sesuai dengan logika yang tengah berkembang dimasyarakat.¹¹

⁸ Buchari Alma, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islami*, (Bandung : Alfabeta, 2003), h. 52

⁹Fahadil Amin Al-Hasan, “Etika Bisnis Al-Ghazali.” *Jurnal E-Sya*, Vol. 1, No. 1, April 2014, h. 10

¹⁰ Faisal Badroen, et.al., *Etika Bisnis dalam Islam*, h. 16

¹¹Mulyaningstih dan Tinneke Hermina, *Etika Bisnis* (Bandung: Cv. Kimfa Mandiri, 2017), h.1-3.

Etika bisnis dalam studi Islam kajiannya berdasarkan Al-Quran, Nabi Muhammad dalam sejarah dikenal dengan pelaku bisnis yang sangat sukses, sehingga untuk mengkaji etika bisnis secara mendalam kita perlu melihat dan mempelajari perilaku bisnis yang dilakukan oleh Rasulullah.¹² Dalam al-Quran Allah 'azza wajalla berfirman

يَتَّيِبُهَا لِلَّذِينَ ءَامَنُوا أَتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٧١﴾ يُصْلِحْ
 لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ ۗ وَاللَّهُ وَرَسُولُهُ فَقَدْ
 فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا ﴿٧٢﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan Katakanlah Perkataan yang benar, niscaya Allah memperbaiki bagimu amalan-amalanmu dan mengampuni bagimu dosa-dosamu. dan Barangsiapa mentaati Allah dan Rasul-Nya, Maka Sesungguhnya ia telah mendapat kemenangan yang besar.” (QS. Al-Ahzab [33]:70-71)

Etika bisnis Islam adalah ilmu yang berkaitan dengan pemikiran tentang benar dan salah, baik, buruk, moral, dalam ajaran yang tercantum di dalam Al-Qur'an dan Sunnah dengan mengikuti contoh teladan Nabi Muhammad SAW.¹³ Etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang sesuai dengan syariah.¹⁴ Etika bisnis Islam adalah Aqidah Islamiyah, menerangkan bahwa Islam adalah agama dan sekaligus

¹²Muhammad Syaifullah, “Etika Bisnis Islami dalam Praktek Bisnis Rasulullah.” *Wallsongo*,

Vol. 19, No. 1, Mei 2011, h. 130-149.

¹³ Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, h. 16

¹⁴ Buchari Alma, *Ajaran Islam Dalam Bisnis*, h. 70

ideologi sempurna yang mengatur segala aspek kehidupan tanpa kecuali, termasuk aspek ekonomi.¹⁵

Etika bisnis Islam ialah konsep tentang usaha ekonomi khususnya perdagangan dari sudut pandang baik dan buruk serta benar dan salah menurut standard Islami.¹⁶ Islam tidak memisahkan bisnis dengan etika, sebagaimana Islam tidak memisahkan ilmu dengan etika, politik dengan etika. Islam juga tidak memisahkan agama dengan negara dan materi dengan spiritual. Namun Islam mengombinasikan nilai-nilai spiritual dan material dalam kesatuan yang seimbang dengan tujuan menjadikan manusia hidup bahagia di dunia dan di akhirat.¹⁷

Dalam membicarakan etika bisnis Islami adalah menyangkut “*Business Firm*” dan atau “*Business Person*”, yang mempunyai arti yang bervariasi. Berbisnis berarti suatu usaha yang menguntungkan. Jadi etika bisnis Islami adalah studi tentang seseorang atau organisasi melakukan usaha atau kontak bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam.¹⁸

Menurut Abdul Aziz yang tertuang didalam bukunya menyatakan bahwa etika bisnis Islam adalah suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah dan selanjutnya tentu melakukan hal yang benar terkait dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntunan perusahaan.¹⁹

Terakhir yaitu keberkahan, semua tujuan yang telah dicapai tidak akan ada artinya jika tidak menimbulkan keberkahan. Disinilah bisnis Islam menempatkan berkah

¹⁵ Khoiruddin, *Etika Bisnis Dalam Islam*, h. 35

¹⁶ Muhammad Amin Suma, *Menggali Akar Mengurai Serat Ekonomi dan Keuangan Islam*, h. 293

¹⁷ Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, h. 3

¹⁸ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, h. 35

¹⁹ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, h. 10.

dalam tujuannya. Keberkahan ini sebagai bukti bahwa yang dilakukan telah mendapat ridha dari Allah SWT.²⁰

Dalam beberapa pernyataan tersebut etika bisnis Islam dapat diartikan sebagai standar moral tentang baik, buruk, benar, salah, halal, haram dalam kegiatan bisnis sesuai dengan ajaran Al-Qur'an maupun Hadits, yang bertujuan agar pelaku bisnis dapat mencapai sasaran yang diharapkan. Tidak hanya mencapai kepentingan duniawi saja, namun kepentingan akhirat pun dapat dicapai. Islam adalah agama yang sempurna, sehingga dapat mengatur segala aspek kehidupan termasuk aspek ekonomi.

2. Aksioma Dasar Etika Bisnis Islam

Etika bisnis dalam Islam memiliki norma-norma baik pedoman dalam menjalankan atau mengelola bisnis yang harus dilakukan oleh pelaku bisnis. Pada hakekatnya nilai-nilai Islam dalam bisnis sudah pasti bersumber dari ajaran Al-Qur'an dan Hadits. Dalam hal ini etika bisnis Islam mengandung empat aksioma dasar di dalam sistem etika yaitu, tauhid (persatuan), keseimbangan (keadilan), kehendak bebas dan pertanggungjawaban.²¹

Etika bisnis Islam memiliki empat aksioma dasar di dalam sistem etika dijelaskan sebagai berikut :

a. Tauhid (Persatuan)

Tauhid merupakan landasan yang sangat filosofis yang dijadikan sebagai fondasi utama setiap langkah seorang muslim yang beriman dalam menjalankan fungsi kehidupannya.²² Prinsip ini menunjukkan bahwa setiap manusia diciptakan adalah sama kedudukannya dan tidak boleh ada yang memosisikan dirinya sebagai yang disembah dan yang

²⁰Yahya Wijaya dan Nina Mariana, *Etika Ekonomi dan Bisnis Perspektif Agama-agamadi Indonesia*, (Globethics.Net Focus No.16, 2014), h. 31-32.

²¹ Muslich, *Etika Bisnis Islami (Landasan Filosofis, Normatif dan Substansi Implementatif)*, h. 30

²²*Ibid*,

lain adalah penyembah tetapi satu-satunya yang bisa disembah adalah Allah SWT tuhan alam semesta.²³

Telah diketahui bahwa tauhid merupakan fondasi ajaran Islam.²⁴ Konsep tauhid (dimensi vertical) berarti Allah sebagai Tuhan Yang Maha Esa menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifah, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya.²⁵ Konsep ini merupakan dimensi vertical yang memadukan berbagai aspek dalam kehidupan manusia yaitu politik, ekonomi, sosial, dan keagamaan serta menekankan gagasan mengenai konsistensi dan keteraturan.²⁶ Hal ini berarti pranata sosial, politik, agama, moral, dan hukum yang mengikat masyarakat berikut perangkat institusionalnya disusun sedemikian rupa dalam sebuah unit bersistem terpadu untuk mengarahkan setiap individu manusia, sehingga mereka dapat secara baik melaksanakan, mengontrol serta mengawasi aturan-aturan tersebut.²⁷

Integrasi aspek religius dengan aspek-aspek lainnya seperti ekonomi, akan menimbulkan perasaan dalam diri manusia bahwa ia akan selalu merasa direkam segala aktivitas kehidupannya, termasuk dalam aktivitas berekonomi sehingga dalam melakukan segala aktivitas bisnis tidak akan mudah menyimpang dari segala ketentuan-Nya. Perhatian terus-menerus untuk memenuhi kebutuhan etik dan dimotivasi oleh *ketauhidan* kepada Tuhan Yang Maha Esa akan meningkatkan kesadaran individu mengenai insting altruistiknya, baik terhadap sesama maupun alam

²³ FORDEBI, ADESy, *Ekonomi Bisnis Islam : Seri Konsep dan Aplikasi Ekonomi dan Bisnis Islam*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2016), h. 90

²⁴ Adiwarmar Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2011), h. 35

²⁵ Faisal Badroen, et.al., *Etika Bisnis dalam Islam*, h. 89

²⁶ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Malang : UIN Malang Press, 2007), h. 9

²⁷ Faisal Badroen, et.al., *Etika Bisnis dalam Islam*, h. 77

lingkungannya. Hal ini berarti, konsep tauhid akan memiliki pengaruh yang paling mendalam terhadap diri seorang muslim.

b. Keseimbangan (Keadilan)

Dalam Islam adil didefinisikan sebagai “tidak menzalimi dan tidak dizalimi.” Implementasi ekonomi dari nilai ini adalah bahwa pelaku ekonomi tidak dibolehkan untuk mengejar keuntungan pribadi bila hal itu merugikan orang lain atau merusak alam.²⁸ *The ethics of Aristoteles* (Thomson) V Bab I hal 141 menyatakan keadilan adalah keutamaan yang sempurna dan tidak bersifat pribadi karena ia berkaitan dengan banyak orang atau masyarakat.²⁹

Oleh karenanya, konsep keseimbangan berarti menyerukan kepada para pengusaha muslim untuk bisa merealisasikan tindakan-tindakan (dalam bisnis) yang dapat menempatkan dirinya dan orang lain dalam kesejahteraan duniawi dan keselamatan akhirat.³⁰ Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil kepada seluruh pihak tak terkecuali kepada pihak yang tidak kita sukai. Islam mengharuskan penganutnya untuk berlaku adil dan berbuat kebajikan. Dalam perniagaan, persyaratan adil yang paling mendasar adalah agar para pengusaha muslim menyempurnakan takaran bila menawar dan menimbang dengan alat timbangan yang benar, karena hal itu merupakan perilaku terbaik yang akan mendekatkan pada ketaqwaan.

c. Kehendak Bebas

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif.³¹ Islam sangat

²⁸ Adiwarmar Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, h. 35

²⁹ Muslich, *Etika Bisnis Islam (Landasan Filosofis, Normatif dan Substansi Implementatif)*, h. 38

³⁰ Faisal Badroen, et.al., *Etika Bisnis dalam Islam*, h. 92

³¹ *Ibid*, h. 96

memberikan keleluasaan terhadap manusia untuk menggunakan segala potensi sumber daya yang dimiliki dan juga sangat memberikan kelonggaran dalam kebebasan berkreasi, melakukan transaksi dan melaksanakan bisnis atau investasi.³²

d. Pertanggungjawaban

Beranggung jawab berarti : dapat menjawab, bila ditanyai tentang perbuatan-perbuatan yang dilakukan. Tanggung jawab berarti bahwa orang tidak boleh mengelak, bila diminta penjelasan tentang perbuatannya. Jawaban itu harus diberikan kepada dirinya sendiri, kepada masyarakat luas dan kalau dia orang beragama kepada Tuhan.³³ Pengusaha harus bertanggung jawab terhadap segala kegiatan yang dilakukan dalam bidang usahanya. Kewajiban terhadap berbagai pihak harus segera diselesaikan. Tanggung jawab tidak hanya terbatas pada kewajiban, tetapi juga kepada seluruh karyawannya, masyarakat, dan pemerintah.³⁴ Prinsip pertanggungjawaban ini secara mendasar akan mengubah perhitungan ekonomi dan bisnis karena segala sesuatunya harus mengacu pada keadilan.

Empat aksioma dasar ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi *moral awareness* para pebisnis muslim untuk menentukan prinsip-prinsip yang dianut dalam menjalankan bisnisnya.

B. Pelayanan Haji dan Umroh

1. Definisi Pelayanan Haji dan Umroh

Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Artinya karyawan langsung

³² Muslich, *Etika Bisnis Islam (Landasan Filosofi, Normatif dan Substansi Implementatif)*, h.41

³³ K. Bertens, *Etika*, (Jakarta : Gramedia Jakarta Utama, 1993), h. 125

³⁴ Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, (Jakarta :Kencana, 2016), h 15

berhadapan dengan pelanggan atau menempatkan sesuatu di mana pelanggan / nasabah sudah tahu tempatnya atau pelayanan melalui telpon. Tindakan yang dilakukan guna memenuhi keinginan pelanggan akan sesuatu produk atau jasa yang mereka butuhkan.³⁵ Al-Quran menawarkan pelayanan sesuai dalam surat al-Imron ayat 159

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ
لَأَنْفَضُوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي
الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya : “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu.karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu[246]. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.Maksudnya: urusan peperangan dan hal-hal duniawiyah lainnya, seperti urusan politik, ekonomi, kemasyarakatan dan lain-lainnya.” (QS. Ali Imran [3]:159)

Ivancevich, Lorensi, Skinner, dan Crosby mendefinisikan, Pelayanan adalah produk yang tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang melibatkan usaha-usaha manusia dan menggunakan peralatan.”³⁶ Melayani memiliki arti memberikan sesuatu jasa atau dalam bentuk lain secara ikhlas kepada orang lain (masyarakat) atau pelayanan

³⁵ Kasmir, *Etika Customer Service*, h. 15

³⁶ Zaenal Mukarom, Muhibudin Wijaya Laksana, *Manajemen Pelayanan Publik*, (Bandung : Pustaka Setia, 2018), h. 80

berdasarkan hati nurani.³⁷ *Service* bertujuan memberikan pelayanan yang baik bagi konsumen dengan mempertinggikan nilai barang dan jasa yang ditawarkan kepada konsumen.³⁸

Pengertian pelayanan berdasarkan dari beberapa pendapat di atas mengartikan bahwa pelayanan adalah memberikan sesuatu jasa sebagai tindakan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan mempertinggikan nilai barang dan jasa yang ditawarkan.

Jasa di dalam kamus definisinya adalah “suatu kegiatan yang bersifat melayani, membantu, dan melakukan hal yang bermanfaat bagi orang lain, perilaku yang ditujukan menjaga kesejahteraan dan keunggulan orang lain. Jasa juga didefinisikan sebagai suatu *aktivitas ekonomi* antara dua pihak, yang menekankan terjadinya pertukaran nilai antara penjual dan pembeli di pasar. Jasa digambarkan sebagai suatu *kegiatan* yang sering kali diukur *berdasarkan waktu*. Menekankan bahwa para pembeli membeli jasa karena mereka mengharapkan suatu *hasil tertentu*. Bahkan banyak perusahaan yang memasarkan dan menawarkan layanan mereka sebagai suatu “solusi” untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya.³⁹

Dalam undang-undang tentang perlindungan konsumen, “jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.”⁴⁰

Haji menurut pengertian dari kamus Bahasa Indonesia adalah rukun Islam yang kelima kewajiban ibadah yang harus dilakukan oleh orang Islam yang mampu dengan mengunjungi ka'bah di Masjidil Haram pada bulan haji dan mengamalkan amalan-amalan haji seperti ihram, tawaf, sai,

³⁷ Fathul Aminudin Aziz, *Manajemen Dalam Perspektif Islam*, (Cilacap : Pustaka Elbayan, 2012), h. 50

³⁸ Badrudin, *Dasar-Dasar Manajemen*, (Bandung : Alfabeta, 2015), h. 19

³⁹ Christopher Lovelock, Joche Wirtz, Jacky Mussry, *Pemasaran Jasa-Perspektif Indonesia Jilid 1 Edisi Ketujuh*, (Jakarta : Erlangga, 2010), h. 16

⁴⁰ Undang-Undang Republik Indonesia No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 1 ayat (5)

dan wukuf.⁴¹Haji menurut bahasa, ialah menuju kesuatu tempat berulang kali atau menuju kepada sesuatu yang dibebaskan.⁴² Sedangkan menurut istilah, berarti beribadah kepada Allah dengan melaksanakan manasik haji, yaitu perbuatan tertentu yang dilakukan pada waktu dan tempat tertentu dengan cara yang tertentu pula.⁴³Hal ini berbeda dengan umroh yang biasa dilakukan sewaktu-waktu.⁴⁴

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa haji harus dilakukan di tempat tertentu, pada waktu tertentu, dan dengan perbuatan-perbuatan tertentu. Ibadah haji tidak dilakukan di sembarang tempat, di sembarang waktu, dan dengan sembarang perbuatan. Apabila haji dilakukan dalam keadaan demikian itu bukanlah haji.

Pelayanan ibadah haji dan umroh merupakan suatu kegiatan yang bersifat melayani, membantu dan memberikan jasa ibadah haji dan umroh untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau jemaah dengan mempertinggi nilai barang dan jasa yang ditawarkan travel kepada pelanggan. Semakin tinggi nilai barang dan jasa yang ditawarkan, maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang diterima pelanggan atau jemaah.

2. Bentuk-Bentuk Pelayanan Haji dan Umroh

Bentuk pelayanan yang dapat diberikan oleh penyedia layanan kepada pihak yang membutuhkan layanan terdiri berbagai macam, antara lain berupa .layanana yang berkaitan dengan :

- a. Pemberian jasa-jasa saja
- b. Layanan yang berkaitan dengan penyediaan dan distribusi barang-barang saja
- c. Layanan yang berkaitan dengan kedua-duanya

⁴¹ Meity Takdir Qodratilah, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta : KTD, H. 2011), H. 152

⁴² Hasbi Ash Shiddieqy, *Pedoman Haji*, h. 16

⁴³ Umi Aqilla, *Panduan Praktik Haji dan Umrah*, h. 5

⁴⁴ Nurdin Suin, *Manasik Haji Jelas dan Ringkas*, h. 1

Bentuk dan proses pelayanan ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan. Menurut Aviliani dan Elu kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan dapat ditingkatkan dengan beberapa pendekatan sebagai berikut:⁴⁵

- a. Memperkecil kesenjangan-kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dan pelanggan.
- b. Perusahaan harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi didalam perbaikan proses pelayanan.
- c. Memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan.
- d. Mengembangkan dan menerapkan *accountable*, *proactive* dan *partner ship marketing* sesuai dengan situasi pemasaran.

Dengan pendekatan diatas maka sebuah perusahaan dapat memberikan kualitas pelayanan kepada para pelanggan, sehingga dapat semakin meningkat dan akan memberikan keuntungan pula bagi perusahaan. Bagi setiap perusahaan yang memberikan pelayanan baik berupa barang maupun jasa harus selalu mengevaluasi segala bentuk pelayanan yang diberikan kepada para konsumen agar dapat dijadikan sebagai acuan untuk membarikan pelayanan yang lebih baik lagi dimasa yang mendatang, dengan mengevaluasi segala jenis kegiatan kualitas jasa pelayanan yang diberiakn untuk para pelanggan perusahaan maka kualitas perusahaan itu akan dinilai baik dan dianggap sudah memenuhi kebutuha pelanggannya. Apabila pelanggan merasa puas dengan kinerja karyawan maka denga sendirinya akan memberikan keuntungan bagi perusahaan dan akan meningkatkan profitabilitas perusahaan.

⁴⁵Arosmiati, *Analisis Kualitas Pelayanan Kesehatan Bagi Narapidana di Lembaga Permayarakatan Kelas II A Wanita Tangerang*, Disertasi Program Pascasarjana Universitas Indonesia, Jakarta : 2007, h. 19

3. Kualitas Pelayanan Haji dan Umroh

Jika perusahaan selalu ingin dianggap yang terbaik di mata pelanggannya, perusahaan harus memberikan pelayanan yang terbaik. Pelayanan yang baik harus dapat dipenuhi oleh perusahaan sehingga keinginan pelanggan dapat diberikan secara maksimal. Berikut ini beberapa kualitas pelayanan yang harus diikuti dan dipenuhi oleh perusahaan dan dijalankan, yaitu :⁴⁶

a. Tersedianya Karyawan yang Baik

Karyawan yang melayani pelanggan, merupakan faktor penentu kesuksesan perusahaan selama melayani pelanggan.⁴⁷ Karyawan harus ramah, sopan dan menarik. Di samping itu, karyawan harus cepat tanggap, pandai bicara menyenangkan serta pintar. Karyawan juga harus mampu memikat dan mengambil hati pelanggan sehingga pelanggan semakin tertarik. Demikian juga dengan cara kerja karyawan harus rapi, cepat dan cekatan.⁴⁸

Apabila karyawan mampu melayani pelanggan dengan cara yang baik dan disenangi oleh pelanggan sehingga merasa nyaman, maka pelayanan tersebut dapat menjadi penentu kesuksesan perusahaan dalam melayani pelanggan. Agar karyawan mampu dalam melayani pelanggan dengan baik, maka diperlukannya pelatihan khusus bagi karyawan.

b. Tersedia Sarana dan Prasarana

Pada dasarnya pelanggan ingin dilayani secara prima. Di samping kualitas dan kuantitas sumber daya manusia adalah sarana dan prasarana yang dimiliki perusahaan. Peralatan dan fasilitas yang dimiliki harus lengkap,⁴⁹ sarana dalam ruangan juga harus tenang, tidak berisik, dan sejuk. Kelengkapan dan kenyamanan

⁴⁶ Kasmir, *Kewirausahaan Edisi Revisi*, (Depok : Rajawali Pers, 2018), h.

⁴⁷ *Ibid*,

⁴⁸ Kasmir, *Etika Customer Service*, h. 34

⁴⁹ *Ibid*,

sarana dan prasarana ini akan membuat pelanggan betah berurusan dengan perusahaan.⁵⁰

Tersedianya sarana dan prasarana yang lengkap dapat membantu menyenangkan hati pelanggan dan dapat memberi kenyamanan yang lebih. Hal ini agar pelanggan merasa betah berurusan dengan perusahaan.

c. Bertanggung Jawab

Petugas yang baik harus bertanggung jawab kepada setiap pelanggan sejak awal hingga selesai. Artinya, dalam menjalankan kegiatan pelayanan, petugas harus mampu melayani dari awal sampai akhir. Pelanggan akan merasa puas jika petugas bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkannya. Jika terjadi sesuatu, petugas yang dari awal mengerjakannya segera mengambil alih tanggung jawabnya.⁵¹ Apabila ada karyawan yang tidak melayani secara tuntas akan menjadi preseden yang buruk bagi perusahaan. Pelanggan yang tidak puas selalu membicarakan hal-hal yang negative kepada perusahaan.⁵²

Bertanggung jawab adalah sesuatu yang harus ada pada setiap karyawan, terlebih lagi bertanggung jawab melayani pelanggan dari awal hingga selesai sampai pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Karyawan yang sedari awal sudah memulai untuk memberikan pelayanan, maka harus bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan hingga akhir, dan apabila terjadi sesuatu, maka karyawan harus bertanggung jawab memberikan pelayanan hingga selesai dan sesuai dengan keinginan pelanggan. Resiko yang terjadi apabila ada karyawan yang tidak memberikan tanggung jawab kepada pelanggan yang ia berikan pelayanan sejak awal, maka akan memberikan citra buruk bagi perusahaan. Hal inilah yang harus dihindari agar citra perusahaan tidak

⁵⁰ Kasmir, *Kewirausahaan*, h. 309

⁵¹ *Ibid*,

⁵² Kasmir *Etika Customer Service*, h. 35

menjadi buruk dimata para pelanggan, baik bagi pelanggan baru maupun pelanggan tetap.

d. Mampu Melayani Secara Cepat dan Tepat

Mampu melayani secara cepat dan tepat artinya dalam melayani pelanggan diharapkan karyawan harus melakukannya sesuai prosedur.⁵³ Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan tidak membuat kesalahan, dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan pelanggan.⁵⁴

Karyawan harus mampu dalam memberikan pelayanan secara cepat dan tepat, baik itu cepat dalam batasan waktu yang normal sesuai prosedur dengan standar waktu yang telah ditentukan, maupun tepat dalam memberikan pelayanan dan diusahakan agar tidak sampai terjadi kesalahan dalam berbicara maupun bekerja. Apabila terjadi kesalahan yang dilakukan karyawan, maka hal ini akan menyebabkan pelanggan kesal sehingga perusahaan dinilai tidak profesional.

e. Mampu Berkomunikasi

Mampu berkomunikasi artinya karyawan harus mampu berbicara kepada setiap pelanggan. Karyawan harus mampu dengan cepat memahami keinginan pelanggan. Selain itu, karyawan harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti. Jangan menggunakan istilah yang sulit dimengerti. Demikian pula komunikasi lewat telepon atau sarana lainnya harus dengan tutur kata yang lemah lembut yang enak didengar oleh telinga pelanggan. Komunikasi juga harus didukung oleh perilaku petugas itu sendiri.⁵⁵

Komunikasi yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung, baik melalui telepon ataupun sarana lainnya haruslah menggunakan bahasa yang

⁵³ *Ibid*, h. 36

⁵⁴ Kamir, *Kewirausahaan*, h. 309

⁵⁵ Kasmir, *Etika Customer Service*, h. 37

mudah dimengerti dan tidak sulit untuk dipahami oleh pelanggan. Hal ini dikarenakan dengan menggunakan bahasa yang sulit dipahami dapat menyebabkan pelanggan bingung terhadap perkataan yang disampaikan oleh karyawan. Komunikasi yang baik harus mampu memberikan kesenangan bagi pelanggan agar pelanggan tidak segan-segan dalam menyampaikan keluhannya, dengan begitu setiap permasalahan menjadi jelas dan tidak menimbulkan salah paham sehingga keluhan tersebut dapat cepat diatasi sesuai dengan keinginan pelanggan.

f. Memberikan Jaminan Kerahasiaan

Memberikan jaminan kerahasiaan artinya karyawan harus menjaga kerahasiaan setiap pelanggan terutama yang berkaitan dengan uang dan pribadi pelanggan. Menjaga rahasia pelanggan sama artinya dengan menjaga rahasia perusahaan. Menjaga rahasia pelanggan merupakan ukuran kepercayaan pelanggan kepada perusahaan.⁵⁶

Karyawan harus mampu menjaga rahasia pelanggan untuk hal-hal tertentu. Menjaga rahasia pelanggan sama halnya dengan menjaga rahasia perusahaan. Ukuran kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dapat dilihat dari kemampuan menjaga rahasia perusahaan dan pelanggan.

g. Memiliki Pengetahuan dan Kemampuan

Untuk menjadi CS, seseorang dituntut untuk memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu. Karena tugas CS selalu berhubungan dengan manusia, CS perlu dididik khusus mengenai kemampuan dan pengetahuannya untuk menghadapi pelanggan atau kemampuan dalam bekerja.⁵⁷ Kemampuan dalam bekerja akan dapat mempercepat proses pekerjaan sesuai dengan waktu yang diinginkan.

⁵⁶*Ibid*,

⁵⁷ Kasmir, *Kewirausahaan*, h. 310

Dalam hal ini kualitas karyawan perlu dididik sesuai dengan bidang pengetahuannya. Dengan demikian dapat mengurangi resiko akibat ketidakmampuan dalam melayani pelanggan. Kelambatan dan ketidaktepatan pekerjaan mampu berakibat fatal sehingga membuat kesalahan dan tidak mampu dalam melayani pelanggan.

h. Berusaha Memahami Kebutuhan Pelanggan

CS harus cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan oleh pelanggan. Petugas CS yang lamban akan membuat pelanggan lari. Usahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan.⁵⁸

Karyawan harus lebih dulu berusaha memahami apa yang dibutuhkan pelanggan, baik dilakukan dengan cara mendengarkan keluhan, kebutuhan dan penjelasan pelanggan. Hal ini dilakukan agar tidak terjadinya kesalahpahaman dalam memberikan jalan keluar yang diinginkan pelanggan.

i. Mampu Memberikan Kepercayaan

Kepercayaan calon pelanggan kepada perusahaan mutlak diperlukan sehingga calon pelanggan mau menjadi pelanggan perusahaan yang bersangkutan. Demikian pula, pelanggan yang lama perlu dijaga kepercayaannya agar tidak lari. Semua ini dapat dilakukan melalui pelayanan petugas CS khususnya dan seluruh karyawan umumnya.⁵⁹

Ujung tombak perusahaan untuk menjalankan aktivitasnya yaitu kepercayaan. Apabila karyawan mampu memberikan pelayanan yang memuaskan pelanggan, maka akan menimbulkan kepercayaan. Meningkatkan kepercayaan pelanggan lebih berat daripada mempertahankan kepercayaan yang sudah diberikan perusahaan kepada pelanggan.

⁵⁸*Ibid,*

⁵⁹*Ibid,*

j. Pembinaan

Pembinaan diartikan sebagai membangun dan mengisi akal dengan ilmu yang berguna, mengarahkan hati dengan berbagai zikir, serta memompa dan menguatkan dengan berintropeksi diri.

Menurut Miftah Thoha, pembinaan adalah suatu tindakan, proses, hasil, atau pernyataan menjadi lebih baik. Dalam hal ini, menunjukkan adanya kemajuan, peningkatan, pertumbuhan, evolusi atas berbagai kemungkinan, berkembang atau peningkatan atas sesuatu. Dari pengertian tersebut, terdapat dua unsur: *pertama*, pembinaan yang bisa berupa tindakan, proses, atau pernyataan dari suatu tujuan; dan *kedua*, pembinaan yang bisa menunjukkan pada perbaikan atas sesuatu.

Berdasarkan pengertian tersebut, pembinaan adalah membangun, mengusahakan, dan mengembangkan kemampuan secara bersama-sama dalam kegiatan ibadah haji dan umroh demi terlaksananya cita-cita ibadah haji dan umroh. Dengan demikian, pembinaan haji dan umroh adalah mengoordinasikan, mengarahkan, dan mengembangkan kemampuan bersama-sama dalam kegiatan ibadah haji dan umroh demi terlaksananya cita-cita ibadah haji dan umroh.⁶⁰

k. Perlindungan

Saat menunaikan ibadah haji dan umroh, setiap jamaah memiliki hak perlindungan. Ketika jamaah berada di dalam pesawat, semua itu terfasilitasi dengan menggunakan asuransi. Akan tetapi, pada saat jamaah sudah berada di Tanah Suci, keselamatan jiwanya sudah menjadi tanggung jawab setiap individu dan perusahaan/lembaga penyelenggara haji dan umroh.⁶¹

Dengan menerapkan kualitas pelayanan haji dan umroh yang baik pada suatu perusahaan, maka pelayanan pada perusahaan tersebut dapat dikatakan telah baik dan

⁶⁰Tata Sukayat, *Manajemen Haji, Umroh, dan Wisata Agama*, (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2016), h. 135

⁶¹*Ibid*,

akan berdampak kepada kepuasan pelanggan, sehingga tingkat loyalitas pelanggan terhadap perusahaan dapat terjaga dengan baik.

4. Tahapan-Tahapan Pelayanan Haji dan Umroh

Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan jamaah. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, pelayanan dijelaskan sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, dan melayani dalam membantu menyiapkan atau mengurus apa yang diperlukan seseorang.⁶²

Dalam melayani jamaah haji dan umroh pemerintah memberikan pelayanan dalam hal pelayanan umum, administrasi, dan kesehatan. Pelayanan lain mengenai pengasramaan jamaah haji, transportasi, pelayanan ibadah, antara lain bimbingan manasik haji, dan hal-hal yang berkaitan dengan ibadah (shalat di pesawat, bersuci di pesawat, shalat jama' dan qashar), pelayanan administrasi menyangkut pendaftaran, pengurusan paspor, panggilan masuk asrama, dan pelayanan kesehatan meliputi pemeriksaan kesehatan, biaya pemeriksaan kesehatan dan penyerahan kartu kesehatan.⁶³

Kegiatan pelaksanaan pelayanan haji dan umroh meliputi :⁶⁴

a. Administrasi

Administrasi adalah seluruh proses kegiatan yang dilakukan dan melibatkan semua orang secara bersama dalam organisasi untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan, mulai dari proses pendaftaran, pembayaran, surat keimigrasian.

⁶²*Ibid*, h.133

⁶³Imam Syaukani, *Manajemen Pelayanan Ibadah Haji di Indonesia*, (Jakarta: Puslitbang Kehidupan Keagamaan, 2009), h. 12.

⁶⁴Tata Sukayat, *Manajemen Haji, Umroh, dan Wisata Agama*, h. 134

b. Bimbingan Manasik

Bimbingan manasik haji dan umroh dapat dilakukan menjadi tiga bagian, yaitu :

- 1) Prahaji. Bimbingan yang dilakukan sebelum berangkat ke Tanah Suci agar calon jamaah mengerti dan memahami bagaimana cara beribadah haji dan umroh ketika berada di Tanah Suci nanti.
- 2) Bimbingan yang dilakukan ketika berada di Tanah Suci. Pembimbing mendampingi dan memberi pengarahan kepada jamaah agar pelaksanaan ibadah haji dan umrohnya sesuai dengan tata cara ibadah haji.
- 3) Pascahaji. Bimbingan yang dilakukan setelah pelaksanaan ibadah haji dan umroh, untuk mempertahankan kemabruran haji dan umroh.

c. Transportasi

Transportasi memegang peran yang cukup menentukan dalam pelaksanaan ibadah haji dan umroh. Pergerakan jamaah dari daerah asal menuju ke Arab Saudi sampai kembali ke daerah asal memerlukan sarana transportasi yang sesuai dengan jarak tempuh perjalanan dan volume angkut (orang dan barang).

d. Akomodasi

Akomodasi adalah salah satu unsure penting yang harus diperhatikan oleh para penyelenggara ibadah haji dan umroh. Penyelenggara harus memberikan akomodasi dengan baik dan memuaskan sehingga para jamaah lebih khusyuk dalam menjalankan ibadah. Pelayanan akomodasi dimaksud antara lain pelayanan jasa penginapan yang dilengkapi dengan pelayanan makan, minum, serta jasa lainnya.

e. Konsumsi

Kelayakan dalam penyajian makanan yang memenuhi standar gizi dan higienis merupakan pelayanan yang menjadikan jamaah merasa nyaman dan puas. Bila dibandingkan dengan fasilitas yang mereka terima dan

rasakan, biaya yang mereka keluarkan untuk bias melaksanakan ibadah haji dan umroh menjadi seimbang.

f. Kesehatan

Pelayanan kesehatan dilakukan sebelum berangkat ke Tanah Suci, seperti *medical check-up*, suntikan vaksin meningitis dan H1N1. Pelayanan kesehatan adalah pemeriksaan, perawatan, dan pemeliharaan kesehatan agar jamaah tetap dalam keadaan sehat, tidak menularkan atau tertular penyakit selama menjalankan ibadah haji dan umroh, serta setelah kembali ke Tanah Air.



DAFTAR RUJUKAN

BUKU

- Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung : Alfabeta, 2013)
- Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2011)
- Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, (Jakarta :Kencana, 2016)
- Badrudin, *Dasar-Dasar Manajemen*, (Bandung : Alfabeta, 2015)
- Buchari Alma, *Ajaran Islam Dalam Bisnis*, (Bandung : Alfabeta, 1994)
- Buchari Alma, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islami*, (Bandung : Alfabeta, 2003)
- Christopher Lovelock, Joche Wirtz, Jacky Mussry, *Pemasaran Jasa-Perspektif Indonesia Jilid 1 Edisi Ketujuh*, (Jakarta : Erlangga, 2010)
- Dedi Purwana, Nurdin Hidayat, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Depok : Rajawali Pers, 2018)
- Djunaidi Ghony dan Fauzan Almanshur, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta : Ar-Ruzz Media, 2012)
- Faisal Badroen, et.al., *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta : Kencana, 2006)
- Fathul Aminudin Aziz, *Manajemen Dalam Perspektif Islam*, (Cilacap : Pustaka Elbayan, 2012)
- FORDEBI, ADESy, *Ekonomi Bisnis Islam : Seri Konsep dan Aplikasi Ekonomi dan Bisnis Islam*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2016)
- Haris Herdiansyah, *Matode Penelitian Kualitatif*,(Jakarta : Salemba Humanika, 2010)

- Hasbi Ash Shiddieqy, *Pedoman Haji*, (Jakarta : N.V Bulan Bintang, 1983)
- Imam Syaukani, *Manajemen Pelayanan Ibadah Haji di Indonesia*, (Jakarta: Puslitbang Kehidupan Keagamaan, 2009).
- K. Bertens, *Etika*, (Jakarta : Gramedia Jakarta Utama, 1993)
- K. Bertens, *Pengantar Etika Bisnis*, (Yogyakarta: Kanisius, 2000)
- Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005)
- Kasmir, *Kewirausahaan Edisi Revisi*, (Depok : Rajawali Pers, 2018)
- Khoiruddin, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Bandar Lampung : IAIN Raden Intan Lampung, 2015)
- Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya)
- M. Yatimin Abdullah, *Pengantar Studi Etika*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2006)
- M.Iqbal Hasan, *Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2002)
- Manuel G. Velasquez, *Etika Bisnis Konsep dan Kasus*, (Yogyakarta : Andi,2005)
- Meity Takdir Qodratilah, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta : KTD, H. 2011)
- Moh. Pabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis*,(Jakarta : Bumi Aksara , 2006)
- Muhammad Amin Suma, *Menggali Akar Mengurai Serat Ekonomi dan Keuangan Islam*, (Jakarta : Kholam Publishing, 2008)
- Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Malang : UIN Malang Press, 2007)

- Muhammad Mufid, *Etika Dan Filsafat Komunikasi*, (Jakarta : Prenadamedia,2009)
- Mulyaningsih dan Tinneke Hermina, *Etika Bisnis* (Bandung: Cv. Kimfa Mandiri, 2017)
- Muslich, *Etika Bisnis Islami (Landasan Filosofi, Normatif dan Substansi Implementatif)*, (Yogyakarta : Ekonisia, 2004)
- Nurdin Suin, *Manasik Haji Jelas dan Ringkas*, (Padang : University Press, 2004)
- Nurul Zuriah, *Metode Penelitian Sosial dan Pendidikan*,(Jakarta : Bumi Aksara, 2005)
- Rosady Ruslan, *Metode Penelitian public Relations dan Komunikasi*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2010)
- Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta : Salemba Empat, 2011)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung : Alfabeta, 2014)
- Suharsimi Arikunto, *Proseur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2013)
- Sutrisno Hadi, *Metode Research jilid I*, (Yogyakarta: Andi Ofset, 1989)
- Tata Sukayat,*Manajemen Haji, Umroh, dan Wisata Agama*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016)
- Umi Aqilla, *Panduan Praktik Haji dan Umrah*, (Jakarta : Al-Maghfiroh, 2010)
- Wahyu Purhantara,*Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010)
- Wardi Bachtiar, *Metode Penelitian Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Logos,1997)

Yahya Wijaya dan Nina Mariana, *Etika Ekonomi dan Bisnis Perspektif Agama-agama di Indonesia*, (Globethics.Net Focus No.16, 2014), h. 31-32.

Zaenal Mukarom, Muhibudin Wijaya Laksana, *Manajemen Pelayanan Publik*, (Bandung: Pustaka Setia, 2018)

Zaenal Mukarom, Muhibudin Wijaya Laksana, *Manajemen Pelayanan Publik*, (Bandung : Pustaka Setia, 2018)

JURNAL

Aisyah Amini, Suherman Rosyidi, "Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Perusahaan Penyelenggaraan Perjalanan Ibadah Umroh dan Haji di Mubina Tour Indonesia Kabupaten Gresik," *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, Volume 7 Nomor 12 Desember 2020

Fahadil Amin Al-Hasan, "Etika Bisnis Al-Ghazali." *Jurnal E-Sya*, Vol. 1, No. 1, April 2014, h. 10

Muhammad Syaifullah, "Etika Bisnis Islami dalam Praktek Bisnis Rasulullah." *Walisongo*, Vol. 19, No. 1, Mei 2011, h. 130-149.

SKRIPSI

Arosmiati, *Analisis Kualitas Pelayanan Kesehatan Bagi Narapidana di Lembaga Perasyarakatan Kelas II A Wanita Tangerang*, Disertasi Program Pascasarjana Universitas Indonesia, Jakarta : 2007, h. 19

Fadillah Rilho Aji, "Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Baitul Maal Wa Tamwil Bangun Rakyat Sejahtera di Timoho, Yogyakarta", (Skripsi, UIN Kalijaga Yogyakarta, 2016)

Furqon Mukminin, "Manajemen Pelayanan Biro Perjalanan Haji dan Umroh (Studi Kasus di Sultan Agung Tour & Travel Semarang)", (Skripsi, UIN Walisongo, 2015)

Pramana Wijaya, “Studi Evaluasi Penerapan Etika Bisnis Pada Biro Perjalanan Haji dan Umroh (Studi Pada PT. Arminareka Perdana)”, (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2014)

Widya Agustina, “Analisis Strategi Promosi dan Pelayanan Pariwisata Guna Meningkatkan Jumlah Pengunjung di Pantai Sari Ringgung Pesawaran Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”, (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2018)

UNDANG-UNDANG

Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji, Pasal 1 ayat (1) dan Pasal 10

Undang-Undang Republik Indonesia No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 1 ayat (5)

DOKUMENTASI DAN WAWANCARA

Asep Kholis Nurjamil, “Kepala Cabang Qifaya Alkarim Tour and Travel”, *Wawancara*, 24 Juli 2021

Dokumentasi, Brosur Perjalanan Umroh Qifaya Alkarim Tour and Travel

Dokumentasi Qifaya Alkarim Tour and Travel

Dokumentasi Yayasan Alkarim Rasyid Indonesia

Endang Hartatik, “Bidang Keuangan Qifaya Alkarim Tour and Travel”, *Wawancara*, 11 Agustus 2021

Salsabila Ramadhani, “Bidang Administrasi Qifaya Alkarim Tour and Travel”, *Wawancara Via WhatsApp Personal Chat*, 30 Juli 2021

Tri Wahyuni,Erni Rohasti, “Alumni Jamaah Qifaya Alkarim Tour and Travel”, *Wawancara Via WhatsApp Personal Chat*, 13 Agustus 2021

SUMBER ONLINE

<https://ihram.asia/travel-umroh/qifaya-travel> diakses pada tanggal 12 Juli 2021

