

**ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PELAYANAN IBADAH HAJI DAN
UMROH PT. HELUTRANS AL HAADI ZIARAH TOUR DI
KALIMALANG JATIWARINGIN JAKARTA TIMUR**

Skripsi

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Mendapat Gelar Sarjana S1 dalam Ilmu Dakwah dan
Ilmu Komunikasi.**



Pembimbing I : Dr. H. Rosidi, M.A

Pembimbing II : Mulyadi, S.Ag, M.Sos.I

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN INTAN LAMPUNG
1440 H/2019 M**

ABSTRAK
ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PELAYANAN IBADAH HAJI DAN
UMROH PT. HELUTRANS AL HAADI ZIARAH TOUR DI
KALIMALANG JATIWARINGIN JAKARTA TIMUR

Oleh
Bayu Kurniawan Dwiatma

Nilai-nilai etika bisnis dalam Islam merupakan sesuatu yang penting dan perlu diperhatikan dalam segala aktivitas bisnis atau usaha, karena hal tersebut akan berpotensi menjadi kekuatan dalam perusahaan yang akhirnya akan menjadi stimulus dan berdampak pada loyalitas konsumen terhadap perusahaan itu sendiri. PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour yang merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa, yaitu penyelenggara ibadah haji, umroh, dan wisata religi yang selalu berupaya memberikan *Service Excellent* bagi tamu-tamu Allah. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi etika bisnis Islam dalam pelayanan Ibadah haji dan umroh PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour di Jakarta Timur. Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dan didukung dengan pendekatan kualitatif, bersifat deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menjelaskan dan menjabarkan etika bisnis Islam dalam pelayanan ibadah haji dan umroh PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour. Data yang diperoleh dari Hasmijati Koto, Suhartini, Alfani Erythrina Koto, Dede Sobari, M. Janni, dan lima alumni jamaah PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour dengan menggunakan metode wawancara (*interview*), observasi non partisipan, dan dokumentasi. Sedangkan metode analisis data pada penelitian ini bersifat induktif, yaitu peneliti terjun ke lapangan, mencari dan mempelajari data, menganalisis, dan menarik kesimpulan dari fenomena yang ada di PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour untuk diceritakan kepada orang lain. Hasil penelitian ini menunjuk bahwa nilai-nilai etika bisnis Islam yang diimplementasikan oleh PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour adalah *Pertama*, nilai kejujuran dalam setiap pelayanan yang diberikan kepada konsumen. *Kedua*, nilai kerendahan hati dalam melayani konsumen yang berbentuk apresiasi dan kebijakan. *Ketiga*, nilai menepati janji dalam pelayanan ibadah haji dan umroh dari apa yang telah tertulis dan diucapkan kepada konsumen. *Keempat*, nilai tanggung jawab dalam setiap pelaksanaan pelayanan kepada konsumen atau jamaah haji dan umroh. *Kelima*, nilai kasih sayang yang meliputi sifat pemurah, tolong-menolong, persaudaraan, dan silaturahmi (menghubungkan tali silaturahmi). *Keenam*, bersifat kuat (*Al-Quwwah*), yaitu kuat fisik (kuat *jasmaniah*), kuat jiwa (bersemangat, inovatif, dan inisiatif), dan kuat akal atau pikiran (cerdas dan cepat dalam mengambil keputusan).

Kata kunci: *Etika Bisnis Islam dan Pelayanan*

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bayu Kurniawan Dwiatma
NPM : 1441030182
Jurusan : Manajemen Dakwah
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Ibadah Haji dan Umroh PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour di Kalimalang Jatiwaringin Jakarta Timur” 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 seutuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, Januari 2019
Penulis,

Bayu Kurniawan Dwiatma
NPM. 1441030182

PERSETUJUAN

Judul : Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Ibadah Haji dan Umroh
PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour di Kalimantan Jatiwaringin
Jakarta Timur.

Nama : Bayu Kurniawan Dwiatma

Npm : 1441030182

Jurusan : Manajemen Dakwah

Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqosah Fakultas
Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.

Bandar Lampung, 04 April 2019

Mengetahui,

Pembimbing I

Pembimbing II

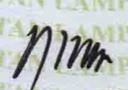

Dr. H. Rosidi, M.A.

NIP. 196503051994031005


Mulyadi, S.Ag, M.Sos.I

NIP. 197403261999031002

Ketua Jurusan


Hj. Suslina Sunjaya, M.Ag

NIP. 197206161997032002



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

Alamat : Jl. Letkol Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung Telp. (0721) 703289

PENGESAHAN

Skripsi ini dengan judul **“Etika Bisnis Islam Dalam Pelayanan Ibadah Haji dan Umroh PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour di Kalimalang jatiwaringin Jakarta Timur”** disusun oleh: Bayu Kurniawan Dwiatma, NPM 1441030182, Jurusan Manajemen Dakwah, telah diujikan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Raden Intan pada hari Kamis, 04 April 2019

TIM PENGUJI

Ketua : Hj. Suslina, S.Ag, M.Ag (.....)

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

Penguji Utama : Dr. Tontowi Jauhari, MM (.....)

Penguji Pendamping I : Dr. Rosidi, MA (.....)

Penguji Pendamping II : Mulyadi, S.Ag, M.Sos.I (.....)

Mengetahui

Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si

NIP.196104091990031002

MOTTO

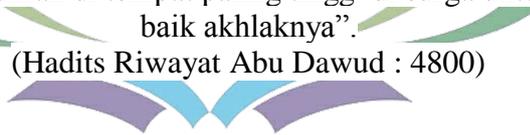
حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ عُثْمَانَ الدَّمَشَقِيُّ أَبُو الْجَمَاهِرِ، قَالَ: حَدَّثَنَا أَبُو كَعْبٍ أَيُّوبُ
بْنُ مُحَمَّدٍ السَّعْدِيُّ، قَالَ: حَدَّثَنِي سُلَيْمَانُ بْنُ حَبِيبٍ الْمُحَارِبِيُّ، عَنْ أَبِي
أُمَامَةَ، قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: "أَنَا زَعِيمٌ بَيْتٍ فِي رِبْضِ
الْجَنَّةِ لِمَنْ تَرَكَ الْمِرَاءَ وَإِنْ كَانَ مُحِقًّا، وَبَيْتٍ فِي وَسْطِ الْجَنَّةِ لِمَنْ تَرَكَ الْكَذِبَ
وَإِنْ كَانَ مَارِحًا وَبَيْتٍ فِي أَعْلَى الْجَنَّةِ لِمَنْ حَسَّنَ خُلُقَهُ".

(رواه أبو داود : ٤٨٠٠)



“..... Dari Abi Umamah beliau berkata: Rasulullah *Shallallahu 'Alaihi Wasallam* pernah bersabda: “Aku yang menjamin sebuah rumah di tepi surga untuk siapa saja yang meninggalkan *Al-Miraa*’ (perdebatan) walau pun dia yang benar, dan (aku yang menjamin) sebuah rumah di area tengah surga untuk siapa saja yang meninggalkan kedustaan walau pun dia bercanda, dan (aku yang menjamin) sebuah rumah di tempat paling tinggi di surga untuk siapa saja yang baik akhlaknya”.

(Hadits Riwayat Abu Dawud : 4800)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan *Alhamdulillah* sebagai rasa syukur kepada Allah SWT atas rasa bahagia dan bangga, ananda persembahkan skripsi ini untuk orang-orang yang sangat ananda sayangi:

1. Ibunda dan Ayahanda tercinta, Ibu Saminah dan Bapak Suparno yang selalu mendo'akan ananda siang dan malam, memberikan bimbingan serta didikan yang luar biasa dari sejak kecil hingga sekarang, kasih sayang yang utuh, segala dukungan, dan motivasi selama ini, yang tidak mungkin hanya dapat ananda balas dengan selembar kertas yang bertulis kata cinta dan persembahan. Semoga ini menjadi salah satu tahapan yang dapat membuat ibu dan bapak merasa bangga dan bahagia.
2. *To my brother's and Sister's*. mas Angga, adek Dzaky, mbak Cici, dan kak Thrina Terima kasih atas do'a dan bantuan kalian selama ini. Dan untuk seluruh teman dan sahabat selalu mengingatkan tentang kebaikan.
3. *To my Grendmothers, almarhumah* mbah Parmi yang dulu selalu mensupport, merawat, serta mendidik, terima kasih atas segala perhatiannya, semoga nenek mendapat tempat yang indah di sisi Allah SWT. Dan teruntuk nenek Hasmijati yang selalu mayakinkan bahwa "*Anything is Possible*", terima kasih atas dukungan, bantuan, dan do'a selama ini, semoga Allah SWT membalas segala kasih dan sayang yang nenek beri kepada cucumu ini.
4. Almamater tercinta, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

RIWAYAT HIDUP

Bayu Kurniawan Dwiatma, dilahirkan di Margototo, Kecamatan Metro Kibang, Kabupaten Lampung Timur pada tanggal 23 Desember 1995, anak kedua dari tiga bersaudara, dari pasangan H. Suparno dan Hj. Saminah.

Jenjang pendidikan dimulai dari sekolah dasar di SDN 1 Margajaya pada tahun 2001-2007, SMP dan SMA menempuh pendidikan di Pondok Pesantren Darussalam Gontor pada tahun 2007-2013, pada tahun 2013-2014 melaksanakan pengabdian di Pondok Modern Darul Amin Gontor 10, Banda Aceh. Mendaftar kuliah di UIN Ar-Raniry Banda Aceh pada tahun 2014 sebagai mahasiswa fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, jurusan Manajemen Dakwah, kemudian melanjutkan kuliah di UIN Raden Intan Lampung saat semester tiga di jurusan Manajemen Dakwah, fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi pada tahun 2015.

Selama menjadi mahasiswa, penulis mengikuti berbagai kegiatan intra maupun ekstra. Pada tahun 2015 menjadi perwakilan jurusan Manajemen Dakwah (HMJ MD) dalam *tournament* sepak bola di UIN Ar-Raniry, dan pada tahun 2017 mewakili jurusan Manajemen Dakwah dalam pelatihan bahasa Arab di Pusat Bagian Bahasa UIN Raden Intan Lampung, kemudian menjadi terbaik I dalam perlombaan *Al-Wasi'i Qur'anic festival* tahun 2018 cabang *Tartil* Al Qur'an.

Bandar Lampung, Januari 2019

Bayu Kurniawan Dwiatma
NPM. 1441030182

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah *rabbil'alamin*, senantiasa penulis ucapkan sebagai tanda syukur kepada Allah SWT, yang telah memberikan *rahmat* dan *ridho*-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat dan salam tercurahkan kepada kekasih Allah, Nabi Muhammad SAW, yang telah mengajarkan etika atau *akhlaq* yang mulia kepada ummat manusia, sehingga beliau menjadi *uswah hasanah* dalam setiap aktivitas-aktivitas dalam hidup ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis ingin mengucapkan *jazakumullahu khairan katsiran* kepada semua pihak yang telah membantu kelancaran dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu penulis menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Mukri, M. Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
2. Bapak Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
3. Ibu Hj. Suslina Sanjaya, S. Ag, M.Ag selaku Ketua Jurusan Manajemen Dakwah, dan Bapak M. Husaini, ST.,MT selaku Sekertaris Jurusan Manajemen Dakwah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
4. Bapak dan ibu dosen Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menuntut ilmu di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.

5. Staf perpustakaan UIN Raden Intan Lampung dan Staf Perpustakaan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang telah membantu penulis dalam mencari referensi guna menyelesaikan Karya ilmiah ini.
6. *Management* PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour di Kalimalang Jatiwaringin Jakarta Timur yang telah berpartisipasi dan membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Dan semua staf-staf yang telah ikut memberikan dukungan dan *support* dalam penyelesaian skripsi ini.

Semoga semua bantuan dan bimbingan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan ridho dan sekaligus sebagai catatan amal ibadah dari Allah SWT. *Aamiin Ya Robbil 'Alamin*. Penulis menyadari penelitian ini masih terbatasnya ilmu, pemahaman, dan teori penelitian yang penulis miliki. Oleh karenanya kepada para pembaca kiranya dapat memberikan masukan dan saran-saran yang sifatnya membangun. Dan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya. *Aamiin ya Robbal 'Alamin*.

Bandar Lampung, Januari 2019

Bayu Kurniawan Dwiatma
NPM. 1441030182

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Penegasan Judul	1
B. Alasan Memilih Judul	4
C. Latar Belakang	4
D. Fokus Penelitian	9
E. Rumusan Masalah	9
F. Tujuan Penelitian	10
G. Signifikasi Penelitian	10
H. Metodologi Penelitian	10
1. Jenis dan Sifat Penelitian	11
2. Populasi dan Sample	12
3. Sumber Data	14
4. Metode Pengumpulan Data	14
5. Metode Analisa Data	16
I. Tinjauan Pustaka	17

BAB II ETIKA BISNIS ISLAM DAN PELAYANAN HAJI DAN UMROH.....	19
A. Etika Bisnis Islam.....	19
1. Definisi Etika Bisnis Islam	19
2. Bentuk Etika Yang Baik dalam Bisnis	21
a. Kejujuran	22
b. Kerendahan Hati	23
c. Menepati Janji	24
d. Bertanggung Jawab	26
B. Pelayanan	27
1. Definisi Pelayanan	27
2. Pelayanan dalam Pandangan Islam	29
a. Kejujuran	30
b. Bisa Dipercaya (<i>Amanah</i>)	32
c. Komunikatif (<i>Tabligh</i>)	33
d. Kebijaksanaan (<i>Fathanah</i>)	34
3. Standar Pelayanan Yang Baik	36
BAB III Gambaran Umum PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour Kalimalang Jatiwaringin Jakarta Timur	41
A. Gambaran Obyektif Perusahaan	41
1. Profil Umum Perusahaan	41
2. Visi, Misi, dan Moto Perusahaan	43
3. Struktur PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour	43
4. Jumlah Jamaah PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour	44
B. Etika Bisnis Islam PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour	45
1. Kejujuran	46
a. Kejujuran dalam Pelayanan Haji Khusus	51
b. Kejujuran dalam Pelayanan Umroh	52
2. Kerendahan Hati dalam Pelayanan Haji dan Umroh	56
3. Menepati Janji dalam Pelayanan Haji dan Umroh.....	58
4. Tanggung Jawab.....	59

a.	Tanggung Jawab dalam Pelayanan Haji Khusus	60
b.	Tanggung Jawab dalam Pelayanan Umroh	61
C.	Respon dan Hasil Jamaah Haji dan Umroh PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour	62
BAB IV ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PELAYANAN		
IBADAH HAJI DAN UMROH		
IBADAH HAJI DAN UMROH		
A.	Etika Bisnis Islam PT. Helutrans Al Haadi Ziarah tour	65
1.	Nilai Kejujuran.....	66
2.	Nilai Kerendahan Hati.....	68
3.	Nilai Menepati Janji	70
4.	Nilai Tanggung Jawab	71
B.	Pelayanan PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour	73
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI		
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI		
A.	Kesimpulan	78
B.	Rekomendasi	79
DAFTAR PUSTAKA		
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN-LAMPIRAN		
LAMPIRAN-LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Perlengkapan Ibadah Haji Khusus (Pria)	57
2. Perlengkapan Ibadah Haji Khusus (Wanita)	58



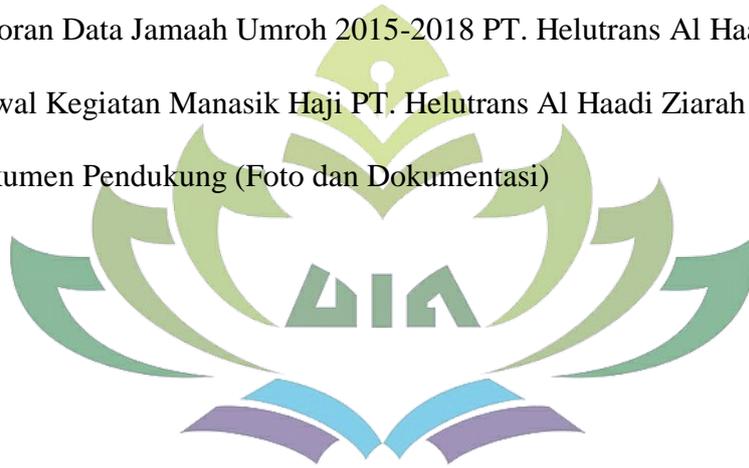
DAFTAR GAMBAR

1. Struktur PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour 45



DAFTAR LAMPIRAN

1. *Interview Guide*
2. Kartu Konsultasi
3. Surat Keputusan Judul Skripsi
4. Surat Mohon Izin Penelitian atau Survey
5. Surat Rekomendasi Penelitian Survey (Kesbangpol)
6. Surat Keterangan Izin Penelitian PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour
7. Laporan Data Jamaah Umroh 2015-2018 PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour
8. Jadwal Kegiatan Manasik Haji PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour
9. Dokumen Pendukung (Foto dan Dokumentasi)



BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam memahami skripsi yang berjudul “Etika Bisnis Islam Dalam Pelayanan Ibadah Haji dan Umroh PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour di Kalimalang Jatiwaringin Jakarta Timur”, maka peneliti memandang perlu untuk menegaskan istilah-istilah yang terdapat dalam judul skripsi ini sebagai berikut:

Etika Bisnis Islam adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang sesuai dengan syariah.¹ Dalam arti lain etika bisnis Islam 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.

Selain itu etika bisnis Islam juga dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis, yaitu refleksi tentang perbuatan baik, buruk, tercela, benar, salah, wajar, pantas, tidak pantas dari perilaku seseorang dalam berbisnis atau bekerja.²

Dalam membicarakan etika bisnis Islami adalah menyangkut “*Business Firm*” dan atau “*Business Person*”, yang mempunyai arti yang bervariasi. Berbisnis berarti suatu usaha yang menguntungkan.³

¹Buchari Alma, *Ajaran Islam Dalam Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 1994), h. 70.

²Faisal Badroen, et al, *Etika Bisnis dalam Islam*. (Jakarta: Kencana, 2006), h. 15.

³Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*. (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 35.

Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai kejujuran, kerendahan hati, menepati janji, dan tanggung jawab dalam berperilaku dan berelasi yang berkenaan dengan pelayanan perusahaan terhadap konsumen yang sesuai dengan sumber-sumber ajaran bisnis dalam Islam.

Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan dan diberikan oleh pemilik atau perusahaan kepada calon pembeli (konsumen). Pelayanan merupakan rasa yang menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai keramahan dan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan mereka.

Inu Kencana dalam buku Lijian Poltak Sinambela mendefinisikan pelayanan publik sebagai; setiap kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah terhadap sejumlah manusia yang memiliki setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik.⁴

Juniarso Ridwan dan Achmad Sodik Sudrajat mengemukakan pelayanan publik, adalah Pelayanan yang diberikan oleh pemerintah sebagai penyelenggara negara terhadap masyarakatnya guna memenuhi kebutuhan masyarakat itu sendiri dan memiliki tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.⁵

⁴Lijian Poltak Sinambela, *Reformasi Pelayanan Publik, Teori, Kebijakan dan Implementasi*, (Bandung: Bumi Aksara, 2006), h. 5.

⁵Juniarso Ridwan dan Achmad Sodik Sudrajat, *Hukum Administrasi Negara dan Kebijakan Pelayanan Publik*, (Bandung: Nuansa, 2009), h. 10.

Dari beberapa pengertian pelayanan di atas, maka yang dimaksud pelayanan dalam penelitian ini adalah aktivitas layanan atau *service* pegawai perusahaan kepada calon jamaah haji dan umroh dalam berkomunikasi dan berinteraksi upaya menjalin kontak bisnis sesuai dengan sumber-sumber ajaran agama Islam, yaitu Al Qur'an dan Hadits.

Biro Perjalanan Wisata (BPW) PT. Helutrans Alhaadi Ziarah Tour adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa di bawah *management Helutrans Group*, yang dibentuk pada tanggal 17 April 1996. PT. Helutrans Alhaadi Ziarah Tour memiliki izin usaha dari Departemen Pariwisata No.66/IUBPW/KW.PSB/04/99. Berikutnya izin Penyelenggaraan Ibadah Umrah dari Departemen Agama RI No. D/401 tahun 1999 dan 10 bulan kemudian izin sebagai Penyelenggara Haji Khusus No. D/187 tahun 2000.

PT. Helutrans Alhaadi Ziarah Tour (dikenal juga dengan singkatan Haztour), merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang haji khusus (ONH Plus) dan umrah serta paket-paket perjalanan wisata Islami domestik dan internasional. Oleh dari itu penulis menjadikan PT. Helutrans Alhaadi Ziarah Tour sebagai obyek penelitian tentang pelayanan ibadah haji dan umroh.

Berdasarkan penegasan judul di atas, maka yang menjadi fokus penelitian ini adalah penelitian tentang implementasi nilai kejujuran, kerendahan hati, menepati janji, dan tanggung jawab terhadap konsumen

dalam aktivitas bisnis layanan ibadah haji dan umroh PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour di Jakarta.

B. Alasan Memilih Judul

1. Etika Bisnis Islam yang didalamnya terdapat nilai kejujuran, kerendahan hati, menepati janji, dan tanggung jawab adalah ajaran Al-Qur'an dan Hadits Rasulullah SAW, harus dijadikan pedoman bagi seluruh pelaku bisnis baik dibidang produk maupun jasa. Sehingga bisnis menjadi salah satu investasi dunia dan akhirat.
2. Pada masa kontemporer ini, banyak biro layanan ibadah haji dan umroh yang belum bahkan tidak mengaplikasikan etika bisnis Islam, sebagaimana yang telah diatur oleh undang-undang dan ajaran Al-Qur'an dan Hadits.
3. PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa, yaitu haji, umroh, dan wisata religi yang selalu berupaya memberikan pelayanan terbaik (*Service Excellent*) bagi tamu-tamu Allah. Sehingga penulis menjadikan PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour sebagai obyek penelitian ini, yang telah dipertimbangkan atas literatur yang mencukupi untuk dilakukan penelitian serta waktu dan data yang mudah di dapatkan oleh peneliti.

C. Latar Belakang

Etika seseorang dan etika bisnis Islam adalah satu kesatuan yang terintegrasi sehingga tidak dapat dipisahkan satu dengan yang lainnya dan saling melengkapi dalam mempengaruhi perilaku antar individu maupun kelompok yang kemudian menjadi perilaku organisasi yang mana akan

berpengaruh kepada budaya perusahaan. Jika suatu kejujuran, kerendahan hati, menepati janji, dan tanggung jawab menjadi nilai dan keyakinan yang terinternalisasi dalam budaya perusahaan, maka hal tersebut akan berpotensi menjadi dasar kekuatan perusahaan yang pada akhirnya akan menjadi stimulus dan peningkatan kinerja karyawan perusahaan itu sendiri.

Nilai kejujuran, kerendahan hati, menepati janji, dan tanggung jawab merupakan *output* pendidikan seseorang pada masa kecil, dan dipengaruhi juga oleh lingkungannya (sosial budaya sekitarnya). Perusahaan akan menjadi lebih baik jika mereka membudayakan kejujuran, kerendahan hati, menepati janji, dan tanggung jawab dalam lingkungan perusahaannya. Kemampuan seorang professional untuk dapat mengerti dan peka akan adanya masalah etika dalam profesinya sangat dipengaruhi oleh lingkungan, sosial budaya, dan masyarakat dimana dia berada. Budaya perusahaan memberikan sumbangan yang sangat berarti terhadap perilaku etis.

Bisnis dalam segala macamnya terjadi dalam kehidupan manusia setiap hari secara luas. Banyaknya pelaku bisnis dan beragamnya motif dan orientasi bisnis serta semakin kompleksnya permasalahan bisnis, terkadang membuat pelaku bisnis terjebak untuk melakukan segala cara demi tercapainya *goal* atau tujuannya, apalagi jika tujuannya hanya untuk mencari laba dan keuntungan semata, maka sering terjadi perbuatan *negative* yang akhirnya menjadi kebiasaan dalam perilaku bisnis.

Di era kontemporer ini 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 sekalipun, padahal kita telah mengetahui dan memahami bahwa orientasinya bukan hanya keuntungan dunia semata namun keuntungan akhirat juga, yaitu melayani tamu tamu Allah dengan mengharapkan keberkahan amal dan ibadah dalam menjalankannya.

إِنَّ قُرُونَ كَانَ مِنْ قَوْمِ مُوسَىٰ فَبَغَىٰ عَلَيْهِمْ ۖ وَعَاتَيْنَاهُ مِنَ الْكُنُوزِ مَا إِنَّ مَفَاتِحَهُ
لَتَتَوَّأَ بِالْعُصْبَةِ أُولِيَ الْقُوَّةِ إِذْ قَالَ لَهُ قَوْمُهُ لَا تَفْرَحْ ۖ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْفَرِحِينَ
وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۖ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا ۚ وَأَحْسِنَ كَمَا
أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۖ وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

Artinya: “Sesungguhnya Karun adalah Termasuk kaum Musa. Maka ia Berlaku aniaya terhadap mereka, dan Kami telah menganugerahkan kepadanya perbendaharaan harta yang kunci-kuncinya sungguh berat dipikul oleh sejumlah orang yang kuat-kuat. (ingatlah) ketika kaumnya berkata kepadanya: "Janganlah kamu terlalu bangga; Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang terlalu membanggakan diri". Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan”. (QS. Al Qashas [28] : 76-77)

Semakin banyaknya perusahaan dan lembaga yang mengurus pelaksanaan ibadah haji dan umroh di Indonesia, menimbulkan persaingan antara travel satu dengan yang lainnya. Sehingga hal ini membuat para calon jamaah haji dan umroh bingung dalam mencari lembaga mana yang baik dan benar untuk memberikan pelayanan di segala bidang sehingga pelaksanaan ibadah haji dan umroh bisa menuai hasil yang memuaskan.

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan pelayanan dari usaha yang dijalankan baik berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain atau konsumen. Nabi Muhammad SAW merupakan seorang yang bersopan dalam bersikap, jujur dalam berkata, tidak pernah berdusta serta luhur dalam budi pekertinya. Beliau menjadi panutan dalam kehidupan umat muslim agar setelah mengikutinya akan selamat di dunia dan juga di akhirat. Oleh karena itu peneliti memasukan unsur dari sifat tauladan Rasulullah SAW yaitu *Shiddiq, Amanah, Tabligh, dan Fathanah*.

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.⁶

Standar pelayanan haji dan umroh PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour dibagi menjadi dua yaitu, standar pelayanan di tanah air dan di Mekkah. Pada standar pelayanan di tanah air banyak aspek penting yang harus diperhatikan pembinaannya, seperti dalam pelayanan jasa (pembayaran setoran ONH), pengurusan dokumen haji dan umroh, pemeriksaan kesehatan calon jamaah haji dan umroh, bimbingan manasik (kegiatan ini biasa dilakukan jauh dari rumah para calon jamaah dan dilakukan dalam satu waktu), penyediaan perlengkapan, dan konsultasi keagamaan. Sedangkan standar pelayanan ibadah haji dan umroh di tanah suci adalah seperti pelayanan akomodasi,

⁶Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji, Pasal 1 ayat (1) dan Pasal 10.

transportasi, penginapan atau hotel (hotel yang biasa ditempati adalah hotel Hilton), konsumsi, kesehatan, serta bimbingan ibadah haji dan umroh.⁷

Pemberian pelayanan yang baik, jujur, *amanah* dan didorong dengan para karyawan yang memiliki jiwa-jiwa melayani terhadap para jamaahnya, akan dapat memberikan kepuasan kepada para jamaah, yang akhirnya akan menciptakan kesetiaan (loyalitas) kepada perusahaan atau lembaga yang bersangkutan.⁸ Nilai kejujuran, *amanah*, dan jiwa-jiwa melayani pada PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour dibuktikan dalam pelayanan program umroh dengan banyaknya calon jamaah yang mendaftar melalui telepon. Yaitu kebanyakan diantaranya adalah rombongan keluarga besar dengan jumlah 10-15 orang jamaah, yang salah satunya telah merasakan pelayanan PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour.⁹ Begitu juga dalam pelayanan pendaftaran program haji, kebanyakan jamaah yang merekomendasikan jasa perusahaan ini adalah jamaah yang telah menggunakan jasa PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour.¹⁰

Apabila dalam penerapan konsep etika bisnis Islam pada PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour dalam pelayanan jamaah haji dan umroh tidak sesuai dengan nilai-nilai *syariat*, maka perusahaan tidaklah akan berjalan dan bertahan lama dalam menjalankan usaha atau bisnis tersebut, seperti yang terjadi pada biro atau travel haji umroh kontemporer yang bermasalah.

⁷Dede Sobari, wawancara dengan penulis, Kantor Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, Jakarta, 14 Agustus 2017.

⁸Suhartini, wawancara dengan penulis, Kantor Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, Jakarta, 15 Agustus 2017.

⁹Observasi, di kantor PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, Jakarta Timur, 10 Agustus 2017.

¹⁰Suhartini, wawancara dengan penulis, Kantor Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, Jakarta, 10 Agustus 2017.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik dengan hal-hal tersebut dan melakukan penelitian dengan judul “Etika Bisnis Islam Dalam Pelayanan Ibadah Haji dan Umroh PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour di Kalimalang Jatiwaringin Jakarta Timur”.

D. Fokus Penelitian

Supaya penelitian ini lebih terarah, maka penulis memfokuskan penelitian ini hanya kepada etika bisnis Islam PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour dalam pelayanan ibadah haji dan umroh, dengan alamat perusahaan: Jl. Seulawah Raya, Cipinang Melayu, kompleks perkantoran Puri Sentra Niaga blok A-5, Jatiwaringin Jakarta Timur (13620).

Dari fokus penelitian di atas, maka penulis menetapkan sudut tinjauan dalam penelitian ini adalah: etika bisnis Islam yang didalamnya terdapat nilai kejujuran, kerendahan hati, menepati janji, dan tanggung jawab. Dan tinjauan dari aspek pelayanan adalah: pelayanan yang diajarkan oleh Rasulullah SAW, yang meliputi empat sifat Rasulullah SAW yaitu: kejujuran, dapat dipercaya (*amanah*), *Tabligh* (komunikatif), dan kebijaksanaan (*Fathanah*) pada PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour di Kalimalang Jatiwaringin Jakarta Timur.

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka masalah pokok yang diangkat dalam skripsi ini adalah: Bagaimana implementasi etika bisnis Islam dalam pelayanan ibadah haji dan umroh PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour?

F. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dan manfaat penelitian ini dengan rumusan masalah diatas adalah: Untuk mengetahui tentang implementasi etika bisnis islam dalam pelayanan ibadah haji dan umroh PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour.

G. Signifikasi Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran terhadap keilmuan Manajemen Dakwah, terutama menyangkut pemikiran tentang etika bisnis Islam dalam sebuah lembaga bisnis Islam.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour maupun lembaga bisnis Islam (khususnya) dan lembaga bisnis lainnya (umumnya) untuk menjaga dan meningkatkan etika bisnis Islam.

H. Metode Penelitian

Penelitian adalah upaya mencari, memahami, mengkaji untuk mencari kebenaran atau jawaban. Sering juga dikatakan upaya manusia untuk mencari kebenaran, sehingga penelitian bersifat ilmiah (*sistematis*), atau suatu proses yang terus menerus.

Jadi metode penelitian merupakan suatu kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan suatu cara kerja (*systematic*) untuk memahami suatu subyek

atau obyek penelitian, sebagai upaya untuk menemukan jawaban yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah dan termasuk keabsahannya.¹¹

1. Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Dilihat dari jenisnya, penelitian yang penulis lakukan adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu suatu penelitian yang dilakukan sistematis dengan mengangkat data yang ada di lapangan. Dan didukung dengan pendekatan kualitatif yang akan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dan bukan angka.

Hal ini merujuk pendapat Bogdan and Taylor yang dikutip dalam buku Rosady Ruslan mendefinisikan pendekatan kualitatif diharapkan mampu menghasilkan suatu uraian mendalam tentang ucapan, tulisan, dan tingkah laku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat, organisasi tertentu dalam suatu konteks *setting* tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif dan *holistic*.¹²

Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapat 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.

b. Sifat Penelitian

Pada dasarnya penelitian ini bersifat deskriptif yaitu untuk menggambarkan tentang karakteristik (ciri-ciri) individu, situasi atau

¹¹Rosady Ruslan, *Metode Penelitian public Relations dan Komunikasi*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2010), h. 24.

¹²*Ibid.*, h. 215.

kelompok tertentu. Penelitian ini relatif sederhana yang tidak memerlukan landasan teoretis rumit atau pengajuan hipotesis tertentu.¹³ Metode deskriptif digunakan sebagai cara yang praktis untuk menjelaskan dan menjabarkan etika bisnis Islam dalam pelayanan ibadah haji dan umrah PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour.

2. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari; objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, dan kemudian ditarik suatu kesimpulan.¹⁴

Dapat disimpulkan bahwa populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan fenomena yang ada di PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour. Populasi juga bukan sekedar hanya jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek penelitian. Dalam hal ini maka yang dijadikan populasi adalah seluruh bagian yang ada pada PT. Helutrans Al Haadi Ziarah, yaitu:

- | | |
|-------------------------------|-------------------------|
| 1) Direktur Utama | : Hasmijati Koto, MBA |
| 2) Direktur Operasional | : Drs. H. Najib Salim |
| 3) General Manager | : Fudhori Ahmad |
| 4) Adm dan Accounting Manager | : Alfani Erythrina Koto |

¹³*Ibid.*, h. 12.

¹⁴*Ibid.*, h. 133.

- 5) Treasury : Nana Mulyanah
- 6) Book Keeping : Tias Hertianti
- 7) CS dan Receptionis : Elina Putri
- 8) Proccesing Visa : M. Janni
- 9) Operasional : Dede Sobari
- 10) Messenger Staff : Nursyam

a. Sampel

Sampel adalah suatu penelitian yang hanya meneliti sebagian tertentu dari elemen-elemen populasi, dan anggota sampel dalam penelitian tersebut adalah benar-benar yang representatif atau mewakili populasi yang akan diteliti.¹⁵

Dalam penelitian ini teknik sampel yang penulis gunakan adalah teknik *Snowball Sampling* yaitu sebuah metode penarikan sampel secara berantai, dari satu sampel responden yang diketahui diteruskan kepada responden berikutnya sesuai dengan informasi responden pertama, begitu seterusnya, sehingga jumlah responden yang dihubungi semakin lama semakin besar.¹⁶

Dari penerapan teknik sampel pada penelitian ini, yang dijadikan responden yaitu, pertama Hasmijati Koto, kemudian dilanjutkan kepada Suhartini, Fudhori Ahmad, Alfani Erythrina Koto, Dede Sobari, dan M. Janni. Dan sebagai data tambahan

¹⁵*Ibid.*, h. 140.

¹⁶Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2005), h. 159.

penulis melaksanakan *cross check* terhadap 5 alumni jamaah haji atau umroh PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour.

3. Sumber Data

Sumber data penelitian yaitu subyek dari tempat mana data bisa didapatkan. Jika peneliti memakai kuisisioner atau wawancara didalam pengumpulan datanya, maka sumber data itu dari responden, yakni orang yang menjawab pertanyaan peneliti, yaitu tertulis ataupun lisan. Sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh.¹⁷

Sumber data pada penelitian ini adalah data yang diperoleh dari karakteristik, perilaku, bacaan, literatur, dan dokumen yang diambil dari kegiatan wawancara dan observasi di PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour dan *cross check* terhadap 5 jamaah yang telah mendapatkan layanan ibadah haji dan umroh.

4. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini untuk membantu pengumpulan data maka peneliti menggunakan beberapa metode diantaranya sebagai berikut:

a. Metode Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah metode pengumpulan data dalam bentuk wawancara atau tanya jawab dengan pihak yang bersangkutan. Sistematika wawancara berlandaskan pada tujuan peneliti.¹⁸

Wawancara dilakukan dengan direktur utama, *general manager* dan

¹⁷Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Penerbit Rineka Cipta, 2010), hal. 129.

¹⁸Sutrisno Hadi, *Metode Research jilid I*, (Yogyakarta: Andi Ofset, 1989), h. 4.

operasional staff PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, 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 sambil bertatap muka 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 catata, 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 empat jenis dokumentasi yang dipergunakan dalam metode ini, yaitu :

- 1) Data *archival* (arsif)
- 2) Dokumen (sejarah) milik lembaga atau pribadi
- 3) Dokumentasi publik, seperti data atau informasi yang tercantum di barbagai media massa, kepustakaan, bahan publikasi instansi dan pengumuman publik.¹⁹

¹⁹Rosady Ruslan, *Op.Cit.* h. 221.

c. Metode Observasi

Observasi merupakan proses pengumpulan data yang dilakukan dengan pengamatan atau pencatatan secara sistematis terhadap fenomena-fenomena yang diteliti.²⁰ Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data langsung dari lapangan dan mengidentifikasi tempat yang hendak akan diteliti.

Peneliti menggunakan teknik observasi non partisipatif yaitu pengamatan yang hanya melakukan satu fungsi, yakni pengadaan pengamatan.²¹ Teknik observasi non partisipatif digunakan karena dalam proses penelitian ini, peneliti tidak ikut serta dalam kegiatan, akan tetapi hanya dalam lingkup yang terbatas, sesuai dengan kebutuhan peneliti untuk memperoleh data yang benar-benar valid.

5. Metode Analisis Data

Metode analisis yang peneliti gunakan dalam menganalisis data adalah 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.²² Jadi dalam analisis data ini peneliti akan mendeskripsikan segala sesuatu tentang etika bisnis Islam dan pelayanan PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour sesuai dengan apa yang didengar dan dilihat tanpa menguranginya.

²⁰Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), h. 136.

²¹Lexy J. Moelong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011), h. 176

²²Haris Herdiansyah, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), h. 48.

Analisis data pada penelitian ini bersifat induktif, yaitu upaya yang dilakukan dengan bekerja dengan data, mengorganisasikan data memilah-milah menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskan, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.²³

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.
- 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.²⁴

I. Tinjauan Pustaka

Sebelum mengadakan suatu penelitian untuk penyusunan skripsi ini, perlu penulis kemukakan tinjauan pustaka sebagai langkah awal agar terhindar dari kesamaan penelitian dengan skripsi-skripsi sebelumnya. Berikut adalah skripsi-skripsi tersebut:

Siti Rohmah, NPM 10240013, dengan judul “*Penerapan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam di Hotel Madani Syariah*”, (Skripsi Program S1 Manajemen dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta,

²³Lexy J. Moelong, *Op. Cit.*, h. 248

²⁴*Ibid.*, h. 334.

2014). Menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data: observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang penerapan etika bisnis Islam di hotel Madani Syariah Yogyakarta dengan lima aspek, yaitu: tauhid, adil, berkehendak bebas, tanggung jawab, dan *ihsan*, dan membahas tentang produk, pelayanan, dan pengelolaan. Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah terletak pada nilai-nilai etika bisnis Islam (teori), dan obyek penelitian. Penulis akan meneliti tentang implementasi nilai kejujuran, kerendahan hati, menepati janji, dan tanggung jawab dalam pelayanan haji dan umroh.

Zulkipli, NPM 104046201731, dengan judul “*Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan Usaha Pada PT. Asuransi Syari’ah Mubarakah*”, (Skripsi Program S1 Muamalat (Ekonomi Syariah) Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2010). Dengan menggunakan metode penelitian deskriptif Kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (*library research*) dan metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan dokumentasi. Dalam penelitian ini Zulkipli membahas tentang persaingan usaha pada PT. Asuransi Syari’ah Mubarakah dan pengertian etika bisnis Islam. Perbedaan pada fokus penelitiannya adalah pada persaingan usaha asuransi syari’ah dan hanya membahas pengertian etika bisnis Islam, sedangkan penulis akan membahas tentang empat nilai etika bisnis Islam dan pelayanan yang jujur, *amanah*, *tabligh*, dan *fathanah* pada PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour.

BAB II ETIKA BISNIS ISLAM DAN PELAYANAN HAJI DAN UMROH

A. ETIKA BISNIS ISLAM

1. Definisi Etika Bisnis Islam

Etika bisnis adalah aplikasi etika umum yang mengatur perilaku bisnis. Norma moralitas merupakan landasan yang menjadi acuan bisnis dalam perilakunya. Dasar perilakunya tidak hanya hukum-hukum ekonomi dan mekanisme pasar saja yang mendorong perilaku bisnis itu tetapi nilai moral dan etika juga menjadi acuan penting yang harus dijadikan landasan kebijakannya.¹

Etika bisnis merupakan sebagai seperangkat nilai tentang baik atau buruk, benar atau salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai “daratan” atau tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat.

Selain itu, etika bisnis juga dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis, yaitu refleksi tentang berbuat baik, buruk, terpuji, tercela, benar, salah, wajar, tidak wajar, pantas, tidak pantas dari perilaku seseorang dalam berbisnis atau bekerja.²

¹Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2006), h. 9.

²Faisal Badroen, et.al, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2006), h. 16.

Etika bisnis Islam dalam implementasinya akan mengacu pada norma dan moralitas di masyarakat dimana bisnis itu eksis atau beroperasi. Oleh karena itu secara konseptual implementasi etika bisnis Islam di dalam kegiatan bisnis dapat disusun urut-urutannya bahwa etika didasarkan pada norma dan normalitas. Dari dasar etika tersebut maka etika bisnis mendasarkan diri pada moralitas dan norma, tetapi juga hukum dan peraturan yang berlaku di masyarakat.

Secara sederhana mempelajari etika bisnis dalam Islam berarti mempelajari tentang mana yang memiliki sifat jujur atau bohong, menepati janji atau ingkar, rendah hati atau sombong (*takabbur*), dan mana yang bertanggungjawab atau berdusta (*khiyanat*) dalam dunia bisnis berdasarkan kepada prinsip-prinsip moralitas. Etika bisnis dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis.

Moralitas dapat diartikan juga dengan: aspek baik atau buruk, terpuji atau tercela, benar atau salah, wajar atau tidak wajar, pantas atau tidak pantas dari perilaku manusia. Kemudian dalam kajian etika bisnis Islam susunan *adjective* diatas ditambah dengan halal atau haram (*degrees of lawful and lawful*), sebagaimana yang disinyalir oleh Husein Shahata, dimana beliau memaparkan sejumlah perilaku etis bisnis (*Akhlaq Al-Islamiyah*) yang dibungkus dengan batasan syariah (*dhawabith jariyah*) atau *general guideline* menurut Rafik Issa Beeun.³

³*Ibid.*, h. 70.

Etika bisnis Islam dapat diartikan sebagai telaah, penyelidikan atau pengkajian sistematis tentang tingkah laku seseorang atau dalam kelompok dan dalam transaksi bisnis guna mewujudkan kehidupan yang lebih baik atau etika bisnis Islam yaitu pengetahuan tentang cara bisnis dengan memperhatikan tentang tingkah laku yaitu kebenaran dan kejujuran dalam berusaha (berbisnis). Kebenaran etika adalah etika standar yang secara umum dapat diterima dan diakui prinsip-prinsipnya baik oleh individu, masyarakat atau dalam kelompok.⁴

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, salah, halal, dan haram dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang sesuai dengan syariah.⁵ Dengan arti lain, etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai kejujuran, kerendahan hati, menepati janji, dan tanggung jawab dalam berperilaku dan berelasi yang berkenaan dengan pelayanan perusahaan terhadap konsumen yang sesuai dengan sumber-sumber ajaran bisnis dalam Islam.

2. Bentuk Etika Yang Baik Dalam Islam

Pada saat pelaku bisnis mengaplikasikan etika bisnis Islam, maka pelaku harus menghindari pelanggaran hukum atau norma-norma yang ada di masyarakat sehingga terhindar dari citra yang buruk bagi perusahaan. Jika citra perusahaan buruk, maka akan berdampak pada kegiatan usahanya. Problematika dalam kaitannya dengan etika bisnis Islam bisa

⁴Buchari Alma, *Ajaran Islam Dalam Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 1994), h. 19.

⁵*Ibid.*, h. 70.

beranekaragam sifatnya, seperti adanya kepentingan pribadi yang saling berlawanan dengan kepentingan orang lainnya ataupun adanya persaingan dalam meraih keuntungan yang melahirkan konflik.

Bentuk-bentuk etika bisnis dalam Islam banyak terserap dalam Al-Qur'an dan Hadits. Sehingga dalam mengadakan identifikasi terhadap begitu banyak, terdapat empat bentuk etika bisnis yang baik sesuai ajaran Islam adalah sebagai berikut:

a. Kejujuran.

Jujur adalah sifat lugas, apa adanya, yang tidak dicampuri dengan kebohongan-kebohongan. Lawan jujur adalah dusta. Dusta yaitu memberitahukan sesuatu berlainan dengan yang sebenarnya, dalam bahasa sehari-hari, jujur sering diterjemahkan sebagai sikap terbuka yakni tidak ada sesuatu yang perlu dirahasiakan atau ditutup-tutupi. Jujur berarti menempatkan sesuatu pada tempatnya yang selayak-layaknya seseuai dengan tuntunan dan kebenaran.⁶

Kejujuran merupakan sifat terpuji dan kunci sukses dalam pergaulan (*mu'amalah*). Tidak diragukan lagi bahwa semua orang menuntut adanya sifat jujur baik pada diri sendiri maupun terhadap orang lain.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ
لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا

⁶M. Yatimin Abdullah, *Pengantar Studi Etika*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2006), h. 105.

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)

Kejujuran adalah modal utama dalam melakukan kegiatan bisnis, jika perusahaan itu melakukan penipuan atas produk dan kegiatannya, maka lama-kelamaan masyarakat akan tahu dan menilai bahwa perusahaan tersebut memiliki citra yang buruk. Kejujuran meliputi tingkah laku perusahaan, mulai dari jajaran direksi, staf, dan karyawannya yang saling terkait.⁷

b. Kerendahan hati.

Kerendahan hati merupakan salah satu sifat mulia yang diajarkan oleh para Nabi. Kerendahan hati merupakan etos mulia yang penting dalam membangun karakter pribadi mulia. Salah satu sifat kerendahan hati dalam lingkungan perusahaan adalah suka menolong konsumen.⁸ Artinya seseorang yang memiliki sifat rendah hati, dia memiliki kesadaran yang tinggi bahwa dirinya adalah seorang hamba Allah SWT. Kesadaran inilah yang menjadikan seseorang tidak berlaku sombong, serakah, dan tinggi hati. Oleh karena itu sikap rendah hati merupakan unsur penting yang harus dimiliki seorang pemimpin yang efektif.

⁷Agus Ariyanto, *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 51.

⁸Kasmir, *Etika Costumer Service*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2005), h. 121.

وَلَا تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ كُلَّ
مُخْتَالٍ فَخُورٍ وَأَقْصِدْ فِي مَشْيِكَ وَأَغْضُضْ مِنْ صَوْتِكَ إِنَّ أَنْكَرَ
الْأَصْوَاتِ لَصَوْتُ الْحَمِيرِ

Artinya: “Dan janganlah kamu memalingkan mukamu dari manusia (karena sombong) dan janganlah kamu berjalan di muka bumi dengan angkuh. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong lagi membanggakan diri. dan sederhanalah kamu dalam berjalan dan lunakkanlah suaramu. Sesungguhnya seburuk-buruk suara ialah suara keledai”. (QS. Luqman [31]: 18-19)

Kerendahan hati dalam lingkup Perusahaan, dapat diartikan dengan upaya untuk tidak menggunakan kekuatan finansialnya untuk hal-hal yang melanggar hukum atau memaksakan kehendaknya terhadap konsumen atau masyarakat. Namun perusahaan harus dapat mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang atau jasa, serta mampu memberikan perlindungan terhadap konsumen dengan beraskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.⁹

c. Menepati janji.

Janji adalah suatu ketetapan yang dibuat dan disepakati oleh seseorang untuk orang lain atau dirinya sendirinya untuk dilaksanakan sesuai dengan ketetapannya. Walaupun janji yang dibuat sendiri tetapi tidak terlepas darinya, melainkan mesti ditepati dan ditunaikan. Menepati janji ialah menunaikan dengan sempurna apa-apa yang telah

⁹Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 2 dan Pasal 3 huruf (b).

dijanjikan, baik berupa kontrak maupun apa saja yang telah disepakati.¹⁰

Janji kepada manusia adakalanya dilakukan dengan ucapan, dan adakalanya dilakukan dengan tulisan. Semua janji wajib dipenuhi atau ditepati sebagaimana mestinya, ingkar janji merupakan perbuatan dosa karena ingkar janji adalah salah satu tanda orang munafik.¹¹

حَدَّثَنَا سُلَيْمَانُ أَبُو الرَّيِّعِ قَالَ حَدَّثَنَا إِسْمَاعِيلُ بْنُ جَعْفَرٍ قَالَ حَدَّثَنَا نَافِعُ بْنُ مَالِكِ بْنِ أَبِي عَامِرٍ أَبُو سُهَيْلٍ عَنْ أَبِيهِ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ — قَالَ: "آيَةُ الْمُنَافِقِ ثَلَاثٌ إِذَا حَدَّثَ كَذَبَ، وَإِذَا وَعَدَ أَخْلَفَ، وَإِذَا أُؤْتِمِنَ خَانَ." (رواه البخاري)

Artinya: "Haddatsanaa Sulaiman Abu Robii' ia berkata, haddatsanaa Ismail bin Ja'far ia berkata, haddatsanaa Naafi' bin Maalik bin Abi 'Amir Abu Suhail dari Bapakny dari Abu Huroiroh dari Nabi Shalallahu 'alaihi wasallam, Beliau bersabda: "Tanda orang Munafik ada (tiga): apabila berbicara berdusta, apabila berjanji mengingkari dan apabila diamanatkan (padanya suatu urusan) ia *berkhianat*". (HR. Bukhari)¹²

Membuat janji-janji yang berlebihan dalam bisnis merupakan tindakan berbahaya bagi dirinya dan perusahaannya, karena apabila karyawan tidak mampu menepati janji akan menghilangkan kepercayaan konsumen kepada perusahaan.¹³

d. Bertanggung jawab.

¹⁰M. Yatimin Abdullah, *Op. Cit.* h. 109.

¹¹*Ibid.*, h. 110.

¹²Husaini A. Madjid Hasyim, *Syarah Riyadhush Shalihin jilid III*, (Surabaya: PT Bina Ilmu: 2003), h. 43

¹³Kasmir, *Op. Cit.* h. 109

Sifat tanggung jawab merupakan sifat-sifat dasar dalam ajaran Islam yang harus dimiliki setiap individu. Terutama jika dikaitkan dengan kebebasan ekonomi. Penerimaan pada prinsip tanggung jawab individu ini berarti setiap orang akan diadili secara personal di hari kiamat kelak.

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ

Artinya: “Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya”. (QS. Al Mudatsir [74]: 38)

Muslich mengatakan dalam buku Etika Bisnis Islami tentang tanggung jawab sebagai berikut:

“Segala kebebasan dalam melakukan segala aktivitas bisnis oleh manusia maka manusia tidak lepas dari pertanggungjawaban yang harus diberikan manusia dengan segala *Wasilah Al-Hayat* yang dikuasakan oleh Allah kepada manusia ini bukanlah kepemilikan yang sesungguhnya secara hakiki, namun manusia dengan segala fasilitas dan sarana kehidupan yang dimiliki secara *amanah* ini hanya sekedar disertai *amanah* untuk mengelola secara benar sesuai dengan apa yang telah diberikan petunjuk-petunjuk hidup (*Manhaj Al-Hayah*) oleh Allah di dalam Al-Qur’an dan Sunnah Nabi. Sudah tentu manusia yang telah dititipkan *amanah* dalam mengelola sumber daya ini harus mempertanggungjawabkan kepada Allah SWT sebagai pemilik yang sebenarnya baik di dunia maupun di akhirat kelak”¹⁴.

Konsep Al-Qur’an mencegah ketidakadilan dan menganjurkan pengelolaan yang adil dan seimbang sesuai dengan peran dan kontribusi masing-masing pihak yang berperan baik langsung maupun tak langsung dalam ikut serta untuk mencapai tujuan bisnis dan tujuan

¹⁴Muslich, *Etika Bisnis Islami (Landasan Filosofis, Normatif dan Subtansi Implementatif)*, (Yogyakarta: Ekonnisia, 2004), h. 31.

bersama dengan para partner kerja dan masyarakat banyak yang juga memberikan kontribusinya.

Dengan pengertian di atas maka etika bisnis di dalam tuntutan Islam yang menekankan pada keseimbangan dan keadilan adalah pengelolaan bisnis yang dilakukan oleh orang Islam yang beriman dengan berpedoman pada Al-Qur'an, Sunnah Nabi, dan Ijma'. Karena Al-Qur'an dan Hadits mengutamakan pada keseimbangan dan keadilan.

B. Pelayanan

1. Definisi Pelayanan

Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik atau perusahaan kepada calon pembeli. Pelayanan merupakan rasa yang menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai keramahan dan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan mereka. Hal ini ditegaskan dalam surat Al-Imran ayat 159:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ.

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 maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan

mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”.(QS. Al-Imran [3] : 159)

Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang, atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau konsumen. Artinya karyawan langsung berhadapan dengan pelanggan atau menetapkan sesuatu dimana pelanggan atau konsumen sudah tahu tempatnya atau pelayanan melalui telepon. Tindakan yang dilakukan guna memenuhi kebutuhan pelanggan akan suatu produk atau jasa yang mereka butuhkan.¹⁵

Pelayanan publik menurut Kotler yang dikutip dalam buku Lijian Poltak Sinambela, yaitu: “Setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik”. Istilah publik berasal dari bahasa Inggris *public* yang berarti umum, masyarakat, negara. Berdasarkan pengertian pelayanan dan publik di atas, pelayanan publik dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang menguntungkan dalam masyarakat yang menawarkan kepuasan dan hasilnya tidak terikat pada suatu produk tertentu”.¹⁶

Adrian Payne mengemukakan jasa adalah “aktivitas ekonomi yang mempunyai sejumlah elemen (nilai atau manfaat) *intangible* yang berkaitan dengannya, yang melibatkan sejumlah interaksi dengan konsumen atau dengan barang-barang milik, tetapi tidak menghasilkan transfer kepemilikan”.¹⁷

Sedangkan menurut Christian Gronross jasa adalah “ proses yang terdiri atas seerangkaian aktivitas *intangible* yang biasanya (namun tidak

¹⁵Kasmir, *Op. Cit.* h. 15.

¹⁶Lijian Poltak Sinambela, *Reformasi Pelayanan Publik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), h. 4-5.

¹⁷*Ibid.*, h. 5

harus selalu) terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan jasa atau sumber daya fisik atau barang dan sistem penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan”.¹⁸

Dalam undang-undang tentang perlindungan konsumen, “jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen”.¹⁹ Dari beberapa pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan atau jasa adalah Pelayanan diartikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada konsumen atau masyarakat.

B. Pelayanan dalam Pandangan Islam

Keberhasilan Rasulullah dalam berbisnis dipengaruhi oleh kepribadian diri Rasulullah yang dibangunnya atas dasar dialogis realitas sosial masyarakat *Jahiliyyah* dengan dirinya. Kemampuan mengelola bisnis tampak pada keberaniannya membawa dagangan Khadijah dan ditemani hanya seorang karyawan (Maisarah). Jika ia tidak memiliki pengalaman dan kemampuan berdagang maka ia hanya akan menjadi pendamping Maisarah. Ia bertanggungjawab penuh atas semua dagangan milik Khadijah. Demikian juga barang-barang dagangannya yang ia bawa dari pasar ke pasar atau tempat-tempat festival perdagangan. Berikut pelayanan dalam pandangan Islam yang ditinjau dari empat sifat Muhammad SAW dalam praktek bisnisnya, yaitu:

¹⁸Kasmir, *Op.Cit.*, h. 26.

¹⁹Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 1 ayat (5).

a. Kejujuran

Dalam melakukan transaksi bisnis Rasulullah menggunakan kejujuran sebagai etika dasar. Gelar *Al-Amin* (dapat dipercaya) yang diberikan masyarakat Makkah berdasarkan perilaku Muhammad pada setiap harinya sebelum ia menjadi pelaku bisnis. Ia berbuat jujur dalam segala hal, termasuk menjual barang dagangannya. Cakupan jujur ini sangat luas, seperti tidak melakukan penipuan, tidak menyembunyikan cacat pada barang dagangan, menimbang barang dengan timbangan yang tepat, dan lain-lain.

Kejujuran adalah suatu jaminan dan dasar bagi kegiatan bisnis yang baik dan berjangka panjang. Kejujuran termasuk prasyarat keadilan dalam hubungan kerja dan terkait erat dengan kepercayaan. Kepercayaan sendiri merupakan asset yang sangat berharga dalam urusan bisnis.²⁰

Hal kejujuran telah dijelaskan dalam hadits Rasulullah SAW tentang ambisi baik. Sabda Rasulullah SAW:²¹

عن ابن مسعود رضي الله عنه قال: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: "عَلَيْكُمْ بِالصِّدْقِ، فَإِنَّ الصِّدْقَ يَهْدِي إِلَى الْبِرِّ، فَإِنَّ الْبِرَّ يَهْدِي إِلَى الْجَنَّةِ، وَمَا يَزَالُ الرَّجُلُ يَصْدُقُ وَ يَتَحَرَّى الصِّدْقَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ صِدْقًا. وَإِيَّاكُمْ وَ الْكَذِبَ، فَإِنَّ الْكَذِبَ يَهْدِي إِلَى الْفُجُورِ، فَإِنَّ الْفُجُورَ يَهْدِي إِلَى النَّارِ. وَمَا يَزَالُ الرَّجُلُ يَكْذِبُ وَ يَتَحَرَّى الْكَذِبَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ كَذَابًا". (متفق عليه)

²⁰Buharnuddin Salam, *Etika Sosial*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1994), h. 162.

²¹Machfuddin Aladip, *Terjemahan Bulughul Maram Karya Besar AlHafizh Ibn Hajar Al Asqalani*, (Semarang: PT. Karya Toha Putra, 1985), h. 776.

Artinya: “Dari Ibnu Mas’ud, *radhiallahu ‘anhu*, ia berkata: Bersabda Rasulullah SAW : “Wajib bagi memegang teguh perkataan benar, karena perkataan benar membawa kebaikan, dan kebaikan itu mengajak ke surga. Seseorang yang senantiasa berkata benar, sehingga dituliskan disisi Allah sebagai orang yang banyak benarnya (jujur). Dan jauhilah berkata dusta, karena berkata dusta itu membawa kejahatan, dan sesungguhnya kejahatan itu mengajak ke neraka. Seorang “pendusta besar”. (Hadits disepakati Imam Bukhari dan Imam Muslim)”.

Dalam konteks sekarang, sekilas kedengarannya aneh bahwa kejujuran merupakan sebuah prinsip etika bisnis karena mitos keliru bahwa bisnis adalah kegiatan tipu menipu untuk meraup untung besar. Memang etika ini agak problematik karena masih banyak pelaku bisnis sekarang yang mendasarkan kegiatan bisnisnya dengan cara curang, karena situasi eksternal atau karena internal (suka menipu).

Sering pedagang menyakinkan katakatanya disertai dengan ucapan sumpah (termasuk sumpah atas nama Tuhan). Padahal kegiatan bisnis yang tidak menggunakan kejujuran sebagai etika bisnisnya, maka bisnisnya tidak akan bisa bertahan lama. Para pelaku bisnis modern sadar bahwa kejujuran dalam berbisnis adalah kunci keberhasilan, termasuk untuk mampu bertahan dalam jangka panjang dalam suasana bisnis yang serba ketat dalam bersaing.

Tradisi buruk sebagian bangsa Arab adalah tidak bersikap jujur (berbohong) dalam menjajakan barang dagangannya. Barang yang cacat tidak diberitahukan kepada calon pembelinya. Penimbangan barang tidak tepat atau penimbangan barang antara barang kering dan basah. Cara-cara perdagangan mereka masih terdapat unsur penipuan. Dalam kondisi praktek bisnis (kecurangan bisnis) seperti ini, Muhammad muncul sebagai

pelaku bisnis yang mengkedepankan kejujuran, yang kemudian hari mengantarkannya sebagai pemuda yang memiliki gelar *Al-amin*.

b. Bisa Dipercaya (*Amanah*)

Amanah adalah bentuk *masdar* dari *amuna-ya'munu* yang artinya bisa dipercaya. Ia juga memiliki arti pesan, perintah atau wejangan. *Amanah* nilai dasarnya adalah dipercaya atau terpercaya, dan nilai-nilai dalam berbisnisnya ialah adanya kepercayaan, bertanggung jawab, transparan, dan tepat waktu. Dalam konteks *fiqh*, *amanah* memiliki arti kepercayaan yang diberikan kepada seseorang berkaitan dengan harta benda. Nabi Muhammad dalam berniaga menggunakan etika ini sebagai prinsip dalam menjalankan aktivitasnya.²²

Ketika Muhammad sebagai salah satu karyawan Khadijah, ia memperoleh kepercayaan penuh membawa barang-barang dagangan Khadijah untuk dibawa dan dijual di Syam. Ia menjaga barang dagangannya dengan baik selama dalam perjalanan. Dengan ditemani Maisarah, Muhammad menjual barang-barang tersebut sesuai dengan amanat yang ia terima dari Khadijah. Agar barang dagangannya aman selama dalam perjalanan, Muhammad bersama-sama dengan rombongan kafilah dagang. Selama dalam perjalanan kafilah-kafilah tersebut merasa aman karena dikawal oleh tim keamanan atau sudah ada jaminan dari suku tertentu.²³

²²Bukhari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 309.

²³*Ibid.*,

Amanah juga berarti memiliki tanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan kewajiban yang diberikan kepadanya. Amanah dapat ditampilkan dalam bentuk: keterbukaan, kejujuran, dan pelayanan yang optimal kepada nasabah. Allah SWT berfirman dalam surah Al-Nisaa':

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya: "Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat". (QS Al-Nisa [4]: 58)

c. Komunikatif (*Tabligh*)

Tabligh artinya komunikatif. Orang yang memiliki sifat *tabligh*, akan menyampaikan pesan dengan benar (*bil hikmah*) melalui tutur kata yang menyenangkan dan lemah lembut (*al-aqshid*). Dalam dunia bisnis, ia harus mampu mengomunikasikan visi dan missinya dengan benar kepada stakeholdernya, mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produknya tanpa berbohong dan tidak menipu pelanggan. Dia harus menjadi komunikator yang baik terhadap mitra bisnisnya.²⁴

Dalam praktik bisnis sifat *tabligh* selain santun, juga harus mampu mengkomunikasikan gagasan-gagasan segar secara tepat dan mudah dipahami oleh siapa pun yang mendengarkan, mampu memahami bahasa

²⁴Afzalurrahman, *Muhammad Sebagai Seorang Pedagang*, diterjemahkan oleh Dewi Nurjuliani dkk, (Jakarta: Yayasan Swarna Bhumi, 1997), h. 292.

orang lain baik dalam bentuk komunikasi verbal (*word*) maupun bahasa tubuh (*isyarat*).

Seorang pengusaha harus mampu berdialog, dan berdiskusi dengan baik, berbicara dengan orang lain dengan suatu yang mudah dipahaminya dan dapat diterima oleh akalinya, jadilah pendengar yang penuh perhatian atas apa yang diucapkan mitra bisnis, konsumen atau orang. Seorang yang *tabligh* bukanlah orang yang suka berdebat, yang masih sering diperlihatkan oleh manajemen dan pelayanan dalam melayani konsumennya.

Perlu disadari mungkin saja konsumen diam, tetapi jangan dikira kalau diamnya itu tidak berdampak terhadap reputasi perusahaan, banyak kasus perpindahan konsumen ke produk atau perusahaan lain dalam memenuhi kebutuhannya karena mendapat debat dari manajemen atau pelayannya.²⁵

d. Kebijakan (*Fathanah*)

Sifat *Fathanah* sebagai pilar kesuksesan bisnis Muhammad SAW sebelum masa kenabian. Dikembangkan menjadi kemampuan untuk menciptakan produk dan jasa yang dibutuhkan oleh konsumen. Tanpa kemampuan untuk mendayagunakan kecerdasan, maka sebuah produk atau jasa akan dimakan zaman. Bila dahulu sarana transportasi menggunakan unta dan kapal dengan kapasitas terbatas. Maka saat ini menggunakan mobil, kapal tanker dan kapal pengangkut dengan kapasitas besar.

²⁵*Ibid.*, h. 293.

Termasuk kereta api. Kemampuan kecerdasan ini berkembang menjadi sistem dalam usaha.

Hal tersebut menghantarkan usaha berkembang dan bertahan dari generasi ke generasi. Sedangkan dalam lingkup yang lain, muncul sekolah bisnis yang mengajarkan tentang bagaimana mengembangkan *fathanah* dalam keuangan, akuntansi, tata kelola usaha dan lainnya.

Fathanah dapat diartikan sebagai intelektual, "kecerdikan atau kebijaksanaan". Pemimpin perusahaan yang *fathanah* artinya pemimpin yang memahami, mengerti, dan menghayati secara mendalam segala hal yang menjadi tugas dan kewajibannya.

Dalam hal *fathanah* ini Rasulullah mencontohkan tidak mengambil untung yang terlalu tinggi dibanding dengan saudagar lainnya. Sehingga barang beliau cepat laku. Dengan demikian *fathanah* disini berkaitan dengan strategi pemasaran (kiat membangun citra). Menurut Afzalurahman kiat membangun citra dari *uswah* Rasulullah SAW meliputi: penampilan, pelayanan, persuasi dan pemuasan.²⁶

C. Standar Pelayanan yang Baik

Dalam praktiknya, pelayanan yang baik memiliki ciri-ciri tersendiri dan hampir semua perusahaan menggunakan kriteria yang sama untuk

²⁶*Ibid.*, h. 168.

membentuk ciri-ciri pelayanan yang baik. Terhadap beberapa faktor pendukung yang berpengaruh langsung terhadap mutu pelayanan yang diberikan.²⁷ Berikut ini beberapa ciri pelayanan yang baik yang harus diikuti oleh karyawan yang bertugas melayani konsumen atau nasabah, yaitu:²⁸

a. Tersedianya Karyawan yang Baik.

Kenyamanan konsumen sangat tergantung dari karyawan yang melayaninya, 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 nasabah sehingga nasabah semakin tertarik. Demikian juga dengan cara kerja karyawan harus rapi, cepat, dan cekatan.²⁹

Selama melayani konsumen, karyawan diharapkan mampu memberikan atau menunjukkan sikap sopan santun dan ramah-tamah. Selain itu emosi harus tetap terkendali dan selalu berlaku tenang dalam menghadapi pelanggan atau konsumen yang kurang menyenangkan.³⁰

b. Tersedianya Sarana dan Prasarana yang Baik.

Pada dasarnya nasabah atau konsumen ingin dilayani secara prima. Untuk melayani nasabah, salah satu hal yang paling penting diperhatikan, di samping kualitas dan kuantitas sumber daya manusia adalah sarana dan prasarana yang dimiliki perusahaan. Peralatan dan fasilitas yang dimiliki seperti ruang tunggu dan ruang untuk menerima tamu harus dilengkapi

²⁷ Kasmir, *Op.Cit.* h. 33.

²⁸ *Ibid.*, h. 34.

²⁹ *Ibid.*,

³⁰ Kasmir, *Kewirausahaan Cet. 11*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h. 307

berbagai fasilitas sehingga membuat pelanggan nyaman atau betah dalam ruangan tersebut.³¹

Suasana ruangan yang nyaman harus pula didukung oleh meja dan kursi untuk diduduki. Udara dalam ruangan juga harus sejuk, tenang, dan tidak berisik. Kelengkapan dan kenyamanan sarana dan prasarana ini akan membuat nasabah atau pelanggan merasa betah untuk berurusan dengan perusahaan sehingga mampu mengusir kebosanan.

c. Bertanggungjawab Kepada Setiap Nasabah atau Konsumen Sejak Awal Hingga Selesai.

Bertanggungjawab kepada setiap nasabah atau konsumen sejak hingga selesai artinya dalam menjalankan kegiatan pelayanan karyawan harus mampu melayani dari awal sampai tuntas atau selesai. Nasabah atau konsumen akan merasa puas jika nasabah bertanggungjawab terhadap pelayanan yang diinginkannya. Jika terjadi sesuatu, karyawan yang dari awal menangani masalah tersebut, segera mengambil alih tanggungjawabnya.³²

d. Mampu Melayani Secara Cepat dan Tepat.

Hal ini berarti dalam melayani konsumen diharapkan karyawan harus melakukan sesuai prosedur. Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai standar perusahaan dan keinginan konsumen atau nasabah.

³¹Kasmir, *Etika Costumer Service, Op, Cit.*, h. 35

³²*Ibid.*,

Melayani secara tepat artinya melayani dalam batasan waktu normal. Pelayanan untuk setiap transaksi sudah memiliki standar waktu. Karyawan juga harus pandai mengatur waktu dan jangan membicarakan hal-hal yang diluar konteks pekerjaan secara berlebihan pada saat melayani pelanggan.

Karyawan diharapkan dapat cepat tanggap terhadap keinginan pelanggan, dan cepat mengerjakan atau melayani pelanggan. Di samping itu, pelayanan yang diberikan harus benar dan tepat waktu.³³

e. Mampu Berkomunikasi.

Mampu berkomunikasi artinya karyawan harus mampu berbicara kepada setiap konsumen. Karyawan juga harus mampu dengan cepat memahami keinginan nasabah. 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.

Dalam berkomunikasi, diharapkan karyawan dapat memberikan penjelasan dengan sopan apabila terdapat hal-hal yang kurang disetujui.

³³Kasmir, *Kewirausahaan Cet. 11*, Op, Cit., h. 313

Serta karyawan hendaklah tidak berdebat atau memberikan *argument* yang tidak dapat diterima oleh pelanggan.³⁴

f. Memberikan Jaminan Kerahasiaan Setiap Transaksi.

Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi artinya karyawan harus menjaga kerahasiaan konsumen terutama yang berkaitan dengan uang dan pribadi konsumen. Khusus untuk nasabah lembaga keuangan seperti bank, kerahasiaan konsumen sangat dijunjung tinggi. Pada dasarnya, menjaga rahasia konsumen sama artinya dengan menjaga rahasia perusahaan. Oleh karena itu, karyawan harus mampu menjaga kerahasiaan konsumen terhadap siapapun. Menjaga rahasia konsumen merupakan ukuran kepercayaan kepada perusahaan.

g. Memiliki Pengetahuan dan Kemampuan yang Baik.

Untuk menjadi karyawan yang khusus melayani pelanggan harus memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu. Karena tugas karyawan selalu berhubungan dengan manusia, karyawan perlu dididik khusus mengenai kemampuan dan pengetahuannya untuk menghadapi nasabah atau kemampuan dalam bekerja. Kemampuan dalam bekerja akan mampu mempercepat proses pekerjaan sesuai dengan waktu yang diinginkan.³⁵

h. Berusaha Memahami Kebutuhan Konsumen.

³⁴*Ibid.*, h. 307

³⁵Kasmir, *Etika Costumer Service, Op, Cit*, h. 38

Hal ini artinya karyawan harus cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan oleh nasabah. Karyawan yang lamban akan membuat konsumen lari. Usahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan nasabah secara cepat.

Petugas harus lebih dahulu berusaha mengerti kemauan nasabah dengan cara mendengarkan penjelasan, keluhan atau kebutuhan nasabah secara baik agar pelayanan terhadap keluhan atau keinginan yang diharapkan konsumen tidak salah. Termasuk dalam hal ini memberikan jalan keluar yang diinginkan.

i. Mampu Memberikan Kepercayaan Kepada Konsumen.

Kepercayaan konsumen kepada perusahaan mutlak diperlukan sehingga calon konsumen mau menjadi nasabah perusahaan yang bersangkutan. Demikian pula untuk menjaga konsumen yang lama perlu dijaga kepercayaannya agar tidak lari. Semua ini melalui pelayanan karyawan khususnya dari seluruh karyawan perusahaan umumnya.³⁶

Apabila ciri-ciri di atas telah diterapkan oleh suatu perusahaan, maka dapat dikatakan bahwa pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut telah baik dan akan berdampak kepada kepuasan konsumen (*costumer satisfaction*), sehingga tingkat loyalitas konsumen terhadap perusahaan dapat terjaga dengan baik.

³⁶*Ibid.*,

BAB III
PT. HELUTRANS AL HAADI ZIARAH TOUR DAN ETIKA BISNIS
ISLAM DALAM PELAYANAN IBADAH HAJI DAN UMROH

A. Gambaran Obyektif PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour

1. Profil Umum PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour

PT. Helutrans merupakan sebuah perusahaan berskala Internasional yang bergerak dalam bidang cargo, awal kegiatan umrah merupakan kegiatan tambahan di akhir tahun dan terkhusus hanya untuk keluarga serta kenalan dekat saja. Dimulai pada Desember 1992 dengan peserta 11 orang jamaah, tahun 1993 menjadi 40 orang jamaah, dan perjalanan ini disebut sebagai perjalanan “Gotong Royong” karena semua biaya yang timbul akan dibagi rata. Melihat kegiatan ini berkembang cukup pesat pada tahun-tahun berikutnya, dari 40 jamaah tahun 1993, 110 jamaah pada tahun 1994, dan 250 orang jamaah pada akhir tahun 1995. Berkembang tanpa iklan, karena yang merekomendasikan adalah para peserta yang pernah ikut, akhirnya pada awal Januari tahun 1995 dibentuklah divisi Umroh dibawah Management Helutrans Groub.¹

Biro Perjalanan Wisata (BPW) PT. Helutrans Alhaadi Ziarah Tour merupakan salah satu perusahaan dibawah Management Helutrans Groub yang bergerak dalam bidang Haji Khusus (ONH Plus) dan Umrah serta paket-paket Perjalanan wisata Islami baik domestik maupun internasional. Perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa ini dibentuk pada tanggal 17 April 1996, dengan nama Biro Perjalanan Wisata (BPW) PT. Helutrans

¹<http://haztour.com/> kamis, 28 juni 2018. Pukul 10.25 WIB.

Alhaadi Ziarah Tour (dikenal juga dengan singkatan Haztour), memiliki izin usaha dari Departemen Pariwisata No.66/IUBPW/KW.PSB/04/99. Berikutnya izin Penyelenggaraan Ibadah Umrah dari Departemen Agama RI No. D/401 tahun 1999 dan 10 bulan kemudian izin sebagai Penyelenggara Haji Khusus No. D/187 tahun 2000.²

PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour akan selalu siap melayani jamaah haji atau umroh yang sedang *intens* dalam beribadah, dengan memberikan bimbingan saat diperlukan, membawa ketempat-tempat yang penuh berkah, membekali manasik dan tata cara beribadah di Tanah Haram. Mulai melayani tamu-tamu Allah sejak 1996 sampai saat ini PT. Haztour telah dipercaya ribuan tamu-tamu Allah. Setiap tahunnya tidak kurang dari 1500 Tamu Allah yang telah mempercayakan perjalanan ibadah umrahnya. demikian pula dengan haji khusus, tidak kurang dari 150 orang setiap tahunnya (PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour memang membatasi jumlah setiap musim) yang ditemani dan dilayani.³ Bahkan tidak sedikit dari jamaah PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour yang berangkat tiap tahun bersama seraya membawa keluarga dan kenalannya.⁴

²<http://haztour.com/> kamis, 28 juni 2018. Pukul 10.40 WIB.

³M. Janni, *Processing Visa* PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, wawancara dengan penulis, kantor PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, Jakarta Timur, 04 Juli 2018.

⁴Alfani Erythrina Koto, *Admin and Accounting Manager* PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, wawancara dengan penulis, The Alana Hotel and Conference Center, Sentul, 07 Juli 2018.

2. Visi, Misi, dan Moto PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour

a. Visi

“Dapat memberangkatkan sebanyak mungkin umat Islam Indonesia ke Tanah Suci, dengan pelayanan optimal tapi biayanya minimal”.

b. Misi

“Keuntungan *financial* bukan tujuan utama kami, kepuasan batin itulah yang kami inginkan”.

c. Moto

“Teman Dalam Perjalanan, Pelayan Dalam Beribadah”.⁵

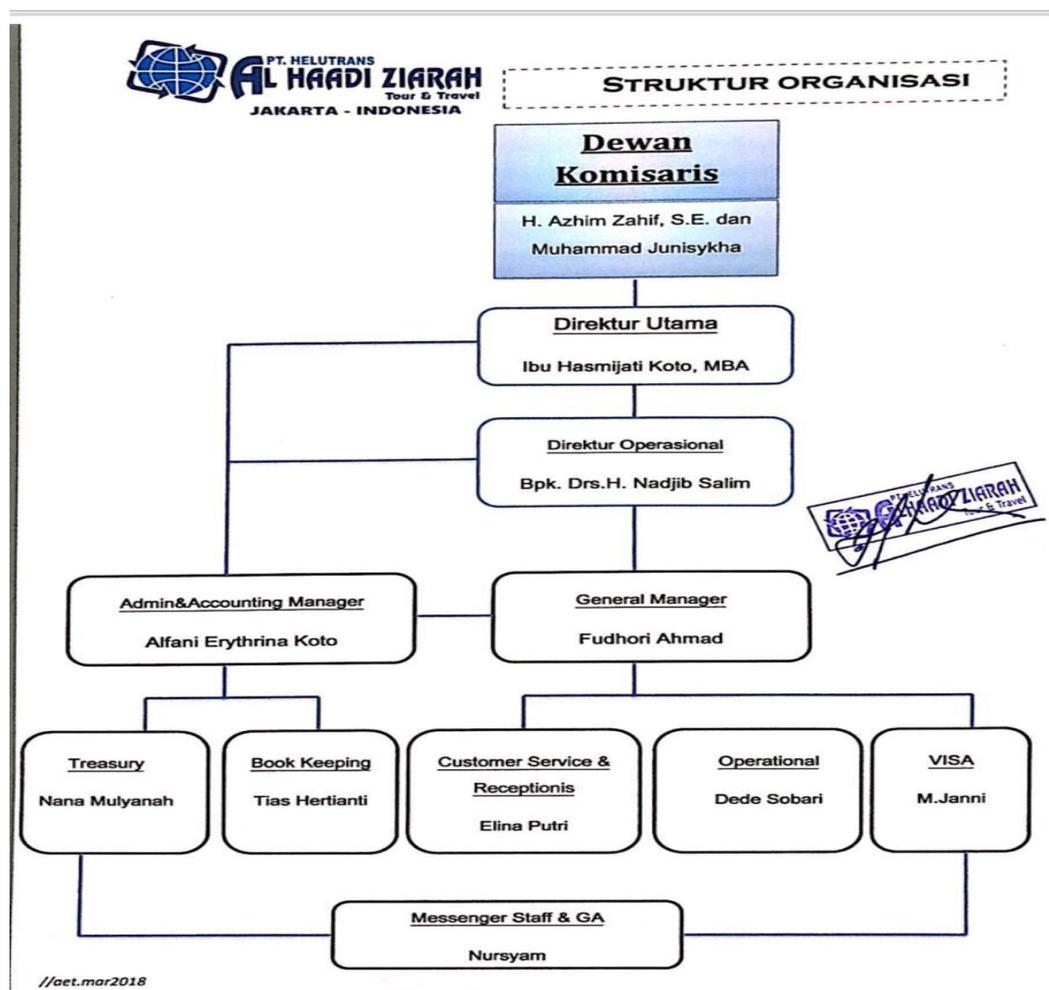
3. Struktur PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour

Struktur organisasi sangat penting dan sangat berperan demi suksesnya kegiatan-kegiatan pada suatu perusahaan. Hal ini agar satu kegiatan dengan kegiatan yang lainnya lebih terarah dan tidak saling berbenturan. Dan sebagaimana telah kita ketahui bahwa organisasi merupakan suatu susunan atau aturan dari berbagai bagian yang terdiri dari beberapa orang atau kelompok sehingga merupakan suatu kesatuan yang teratur.

Adapun struktur organisasi PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour adalah sebagai berikut:⁶

⁵Dokumentasi PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour.

⁶Dokumentasi PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour.



Gambar I
Struktur PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour

4. Jumlah Jamaah PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour

Kepuasan pelanggan menjadi sangat penting bagi suatu perusahaan, yang dalam penelitian ini adalah perusahaan haji dan umroh (*tour* dan *travel*), dimana pelayanan yang baik memegang peran yang penting dalam memberikan kepuasan terhadap pelanggan atau jamaahnya. Bagi perusahaan haji dan umroh (*tour* dan *travel*), kepuasan jamaah sangat dibutuhkan khususnya untuk eksistensi perusahaan, sehingga pelanggan

atau jamaah tersebut tetap menggunakan jasa layanan yang ditawarkan oleh perusahaan.

PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour memiliki jamaah haji dalam 3 tahun ini dengan jumlah:⁷

- a. Jumlah jamaah haji tahun 2016: 90 jamaah
- b. Jumlah jamaah haji tahun 2017: 71 jamaah
- c. Jumlah jamaah haji tahun 2018: 82 jamaah

Sedangkan jamaah umroh yang telah menggunakan jasa layanan PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour dalam 3 periode ini berjumlah:⁸

- a. Jumlah jamaah umroh tahun 2015-2016: 841 jamaah
- b. Jumlah jamaah umroh tahun 2016-2017: 229 jamaah
- c. Jumlah jamaah umroh tahun 2017-2018: 630 jamaah

B. Etika Bisnis Islam PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour

Dalam mengatasi kejadian kasus travel bodong yang terjadi kontemporer ini, maka dalam menjalankan bisnis jasa ini, tentu kita harus tetap mempertahankan dan menerapkan nilai-nilai Islami, hal tersebut yang membedakan antara travel haji umroh dengan travel konvensional. Artinya kita harus menyampaikan dengan jujur serta bertanggungjawab dengan apa yang telah kita sampaikan dan lampirkan dalam brosur-brosur penjualan paket layanan, terutama dalam segi fasilitas-fasilitasnya.⁹

⁷Dede Sobari, *Operational* PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, wawancara dengan penulis, kantor PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, Jakarta Timur, 10 Oktober 2018

⁸Dokumentasi PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour.

⁹Fudhori Ahmad, *General Manager* PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, kantor PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, Jakarta Timur, wawancara dengan penulis, 25 Oktober 2018

Sebagai perusahaan jasa, tentu kita harus menjunjung dan mengaplikasikan nilai-nilai Islami yang dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen (*costumer satisfaction*), seperti kejujuran, amanah, apresiasi kepada jamaah, tanggung jawab, menepati janji apabila berjanji, dan lain-lain. Artinya ketika kita mencantumkan fasilitas-fasilitas yang akan didapatkan oleh konsumen didalam brosur, maka kita akan memberikan fasilitas tersebut kepada konsumen.¹⁰

Nilai kejujuran, tanggung jawab, kerendahan hati, dan menepati janji dalam memberikan pelayanan serta dalam penyampaian informasi-informasi pembiayaan paket haji dan umroh selalu dijunjung tinggi oleh para karyawan, hal ini ditujukan agar calon jamaah haji atau umroh dapat merasakan kepuasan batin dalam menggunakan pelayanan PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour.¹¹

1. Kejujuran

Kejujuran adalah nilai terpenting yang selalu ditanamkan kepada diri sendiri dan kepada karyawan, karena nilai kejujuran adalah pondasi untuk ketahanan perusahaan dalam menjalankan bisnis ini.¹² Seperti kejujuran yang diterapkan oleh PT. Haztour dalam memberikan informasi kepada jamaah yaitu pada jam operasional kerja mulai pukul 07.30 sampai

¹⁰Fudhuri Ahmad, *General Manager* PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, kantor PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, Jakarta Timur, wawancara dengan penulis, 25 Oktober 2018

¹¹Penyampaian informasi paket umroh, Kantor PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour. Jakarta Timur, Observasi, 14 Agustus 2017.

¹²Alfani Erythrina Koto, *Admin and Accounting Manager* PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, wawancara dengan penulis, Kantor PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, Jakarta Timur, 07 Juli 2018.

16.00 WIB bertempat di kantor PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, atau via telepon dilakukan diluar jam kerja.¹³

Kejujuran dalam penggunaan biaya yang disetorkan oleh jamaah haji atau umroh PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour adalah apabila terdapat potensi untuk memberikan pelayanan yang lebih baik dari apa yang diawal *akad* atau kesepakatan yang disetujui antara jamaah dengan pihak PT. Haztour, maka pihak Haztour akan selalu memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik untuk memberikan hak jamaah haji ataupun umroh yang berupa fasilitas-fasilitas pelayanan.

Biaya yang dikeluarkan oleh jamaah umroh yang harusnya mendapat fasilitas bintang tiga seperti Badr Hotel, Mubark, dan Reyadah Hijrah dengan jarak lebih dari 500 meter, dan dikarenakan harga hotel diturunkan dari pihak hotel, maka PT. Haztour memberikan fasilitas hotel bintang lima seperti hotel Royal Daral Eiman, hotel Elaf Kinda, dan lain-lain, yang seharusnya jamaah harus menambah biaya dengan jumlah USD 200 untuk mendapatkan hotel bintang lima.¹⁴

Penjelasan paket-paket yang dijual hingga proses administrasi, dan untuk proses administrasi dapat dilakukan dengan meminta karyawan untuk mengambil uang administrasi di tempat kerja jamaah, di rumah, atau

¹³Aktivitas Pelayanan PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, ruang tamu PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, Jakarta Timur, Observasi, 22 Oktober 2018.

¹⁴Alfani Erythrina Koto, *Admin and Accounting Manager* PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, wawancara (*whatsApp*) dengan penulis, 5 Maret 2019.

di tempat lain.¹⁵ Serta transparansi *schedule* jamaah pada saat di Indonesia maupun di Arab Saudi (dalam program umroh) yaitu:

Hari pertama berangkat dari bandara Soekarno-Hatta menuju Madinah, hari kedua sampai hari kelima berada di Madinah untuk *zairah* ke Masjid Quba, makam *syuhada Uhud*, dan lain-lain. Hari keenam sampai hari kedua belas bermukim di Makkah dan kunjungan ke tempat *ziarah* seperti ke Arafah, Mina, dan lain-lain, kemudian di hari kedua belas meninggalkan Makkah untuk menuju ke Jeddah untuk *city tour* ke Laut Merah dan kemudia dilanjutkan ke bandara King Abdul aziz untuk menuju ke Jakarta.¹⁶

Prilaku kejujuran PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour yang *pertama*, penulis dapatkan adalah aktivitas pendampingan oleh pihak PT. Haztour pada saat di Indonesia dan Saudi Arabia. *Kedua*, bahwa fasilitas yang diberikan kepada jamaah haji sesuai dengan apa yang disampaikan oleh pihak biro perjalanan, seperti penyediaan fasilitas di hotel bintang 5 yaitu Hilton Suites New atau Millenium Tower atau Royal Daral Eiman di Makkah, Movenpick atau Royal Makarrem di Madinah.¹⁷ *Ketiga*, pemberian *souvenir* pada saat pelaksanaan manasik haji yang bertempat di *The Alana Hotel and Conference Center* Sentul (pada tahun 2018), pemberian *souvenir* yaitu koper besar dan kecil, tas ransel, buku panduan pelaksanaan ibadah, sajadah, dan lain-lain pada saat manasik

¹⁵Kejujuran dalam penyampaian informasi paket umroh, kantor PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, Jakarta Timur, Observasi, 22 Oktober 2018.

¹⁶Dokumentasi, Brosur perjalanan umroh PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour

¹⁷*Ibid.*,

haji.¹⁸ *Keempat*, pemberian bimbingan pada jamaah umroh luar kota. Apabila terdapat group di luar kota, maka petugas dari PT. Haztour akan memberikan manasik di tempat jamaah tersebut.

Adapun daftar perlengkapan yang diberikan oleh PT. Haztour kepada jamaah sebagai berikut:¹⁹

Tabel I
Perlengkapan Pria:

No	Nama Barang
1	Koper Besar (Ukuran 25 Kg)
2	Koper Kecil
3	Kain Ihrom
4	Bahan Seragam Nasional
5	Bahan Seragam PT. Helutrans (2.1/4 meter)
6	Tas Pasport Kecil (Pria)
7	Tas Arafah (Ransel)
8	Tas Sandal
9	Payung Arafah
10	Ikat Pinggang
11	Kantung Batu
12	Buku Panduan
13	Buku Do'a
14	Sajadah

¹⁸Kejujuran dalam pemberian pelayanan kepada jamaah haji PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, *The Alana Hotel and Conference Center*, Sentul, 06-08 Juli 2018.

¹⁹Dokumen PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour.

Tabel II
Perlengkapan Wanita:

No	Nama Barang
1	Koper Besar (Ukuran 25 Kg)
2	Koper Kecil
3	Mukenah
4	Bahan Seragam Nasional
5	Bahan Seragam PT. Helutrans (2.1/2 meter)
6	Tas Pasport Besar (Wanita)
7	Tas Arafah (Ransel)
8	Tas Sandal
9	Payung Arafah
10	Topi
11	Kantung Batu
12	Buku Panduan
13	Buku Do'a
14	Sajadah

Prilaku kejujuran lain yang diaplikasikan oleh karyawan PT. Helutrans Alhaadi Ziarah Tour adalah setelah jamaah menyetorkan dokumen-dokumen persyaratan haji khusus, maka jamaah hanya tinggal menunggu informasi untuk bimbingan ibadah dan ketentuan keberangkatan (semua pengurusan dokumen haji diurus oleh pihak perusahaan), dan pihak PT. Helutrans Alhaadi Ziarah Tour memberikan air Zam-Zam yang baru, bukan air Zam-Zam yang telah lama berada di kantor (sisa jamaah haji atau umroh sebelumnya).²⁰

²⁰Kejujuran dalam pemberian pelayanan kepada jamaah haji PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, kantor PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, Bandara Soekarno Hatta, Tangerang Selatan, Observasi, 31 Agustus 2018.

a. Kejujuran Dalam Pelayanan Haji Khusus (ONH Plus)

Paket Perjalanan Haji Khusus PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour di tahun 2018 adalah Paket *Rahmah (Arbain)*, dengan menggunakan fasilitas hotel bintang 5 seperti *Hilton Suites New* atau *Millenium Tower* atau *Royal Daral Eiman* di Makkah, *Movenpick* atau *Royal Makarrem* di Madinah,²¹ termasuk juga pada saat pelaksanaan manasik haji yang bertempat di *The Alana Hotel and Conference Center* (Sentul), pemberian *souvenir* yaitu koper besar dan kecil, tas ransel, buku panduan pelaksanaan ibadah, sajadah, dan lain-lain pada saat manasik haji, pemberian bimbingan haji di Indonesia.²² Dan untuk periode *masyair*, jamaah akan menginap di *apartement* atau *flat* pada saat di Mina.²³

Untuk dapat menggunakan paket *Rahmah* tahun 2018 dengan fasilitas-fasilitas diatas, pembiayaan haji khusus dibagi menjadi tiga, dengan biaya:²⁴

- 1) Harga paket/orang *double room* : USD 11.250
- 2) Harga paket/orang *triple room* : USD 10.800
- 3) Harga paket/orang *quad room* : USD 10.300

²¹*Ibid.*,

²²Kejujuran dalam pemberian pelayanan kepada jamaah haji PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, *The Alana Hotel and Conference Center*, Sentul, 06-08 Juli 2018.

²³Alfani Erythrina Koto, *Admin and Accounting Manager* PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, *The Alana Hotel and Conference Center*, Sentul, wawancara dengan penulis, 07 Juli 2018.

²⁴Alfani Erythrina Koto, *Admin and Accounting Manager* PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, Kantor PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, Jakarta Timur, wawancara dengan penulis, 04 Juli 2018.

Dari biaya yang dikeluarkan oleh jamaah umroh yang harusnya mendapat fasilitas bintang tiga seperti *Badr Hotel*, *Mubark*, dan *Reyadah Hijrah* dengan jarak lebih dari 500 meter, dan dikarenakan harga hotel diturunkan oleh pihak hotel, maka PT. Haztour dapat memberikan fasilitas hotel bintang lima seperti hotel *Royal Daral Eiman*, hotel *Elaf Kinda*, dan lain-lain, yang seharusnya jamaah harus menambah biaya dengan jumlah *USD 200* untuk mendapatkan hotel bintang lima.²⁵ Namun dalam hal ini pihak PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour tidak mengatakan bahwa *budget* untuk fasilitas hotel mendapatkan *discount*, tetapi pihak travel berinisiatif untuk meningkatkan pelayanannya dengan melakukan *upgrade* fasilitas yang lebih tinggi untuk menambah tingkat *costumer satisfaction*.

b. Kejujuran Dalam Pelayanan Umroh

Proses pelayanan umroh tidak jauh berbeda dengan pelayanan haji, yang terlihat jelas dalam perilaku kejujuran yang dilakukan oleh pihak PT. Helutrans Alhaadi Ziarah Tour (PT. Haztour) adalah kejujuran dalam menjelaskan paket-paket layanan yang diminta oleh konsumen atau jamaah untuk layanan umroh *plus tour* ke Turki. Yang mana petugas PT. Helutrans Alhaadi Ziarah Tour menawarkan paket-paket umroh yang telah ada dan sesuai dengan harga *dollar* yang telah

²⁵Alfani Erythrina Koto, *Admin and Accounting Manager* PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, wawancara (*whatsApp*) dengan penulis, 5 Maret 2019.

ditetapkan sebelumnya dan hanya menambahkan biaya untuk *tour* ke Turki.²⁶

Selain dari kejujuran dalam menyampaikan informasi tersebut, karyawan PT. Helutrans Alhaadi Ziarah Tour juga menjelaskan fasilitas-fasilitas yang didapatkan dengan harga yang disepakati, dan tidak menyembunyikan kelemahan diantara paket-paket layanan tersebut yang telah tertulis dalam brosur ataupun *website*.²⁷

Penerapan nilai kejujuran oleh PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour dalam pelayanan umroh memberikan dampak positif dari kasus penipuan yang dilakukan oleh biro travel haji dan umroh di Indonesia, diantaranya adalah: *pertama*, banyak jamaah yang kembali menggunakan jasa layanan umroh PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, setelah tergoda untuk menggunakan *travel* umroh bodong. *Kedua*, adanya jamaah umroh yang menjadi langganan dalam menggunakan layanan PT. Haztour pasca peristiwa penipuan biro travel haji dan umroh di Indonesia. *Ketiga*, terdapat korban jamaah *First Travel* yang berasal dari Tangerang yang mendaftar di PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, dan percaya atas segala bentuk pelayan dalam ibadah haji atau umrohnya.²⁸

²⁶Kejujuran dalam penyampaian informasi paket umroh, kantor PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, Jakarta Timur, Observasi, 10 Agustus 2017.

²⁷Kejujuran dalam pelayanan paket umroh, kantor PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, Jakarta Timur, Observasi, 25 Oktober 2018.

²⁸M. Janni, *Processing* Visa PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, wawancara dengan penulis, kantor PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, Jakarta Timur, 04 Juli 2018.

Untuk Paket Umroh, PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour mempunyai paket-paket standar yang disesuaikan dengan kebutuhan para calon jamaah umroh, seperti:

- 1) Paket *Diamond*. Yaitu paket eksekutif dengan akomodasi hotel bintang 5 seperti di Makkah, Mira Ajyad, Hilton Hotel, Hilton Tower, Rotana, Movenpick Hajar Tower Al Safwah, dll. Sedang di Madinah kami menggunakan Anwar Madinah Movenpick, Royal Diyar, Diyar International, Raddison Blu, dll. Apabila menginap di Jeddah, Kami memilih hotel, Jeddah Marriot atau Merident. Sedangkan penerbangan yang digunakan untuk Paket *Diamond* umumnya adalah penerbangan langsung Jeddah atau Madinah seperti Garuda Indonesia *Airline* dan Saudia atau penerbangan tidak langsung yang antara lain, Emirates, Malaysia *Airline*, Singapore *Airline*. Dengan biaya sebagai berikut:²⁹
 - a) Harga paket/orang *double room* : USD 2.665-3.150
 - b) Harga paket/orang *triple room* : USD 2.485-2.850
 - c) Harga paket/orang *quad room* : USD 2.400-2.725
- 2) Paket *Gold* dan *Gold Plus*. Paket *gold* yaitu paket dengan akomodasi hotel bintang 3 seperti di Makkah, Hanin Tower, Rayhan Al Hijra, Eiman Inn Group, Mawaddah Firdaus. Sedang di Madinah PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour menggunakan Hotel Dallah, Mubarak Madinah, Wasel Reem, Eiman Tayibah, Arac Al

²⁹Brosur Paket Umroh PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour.

Majeedi dan hotel lain yang setara. Apabila menginap di Jeddah, Kami memilih hotel, Al Jazirah yang dekat dengan Balad atau Rose Inn. Penerbangan yang digunakan untuk Paket Gold umumnya adalah penerbangan langsung Jeddah atau Madinah seperti Garuda Indonesia dan Lion Air atau penerbangan tidak langsung yang antara lain, Emirates, Qatar Airline, Etihad.

Sedangkan yang dimaksud dengan Paket *Gold Plus*, adalah kombinasi antara hotel bintang 3 di Madinah dengan hotel bintang 4 atau 5 di Makkah, seperti Hilton Suites New dan Movenpick. Dengan biaya paket *gold* sebagai berikut:³⁰

- a) Harga paket *gold/orang double room* : USD 1.645-2.085
- b) Harga paket *gold/orang triple room* : USD 1.700-2.175
- c) Harga paket *gold/orang quad room* : USD 1.825-2.365
- d) Harga paket *gold plus/orang double room* : USD 2.935-2.975
- e) Harga paket *gold plus/orang triple room* : USD 2.685-2.700
- f) Harga paket *gold plus/orang quad room* : USD 2.535-2.550

- 3) Paket Khusus atau Wisata Halal. Selain paket Standar di atas, PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour juga mempunyai paket lainnya yang dihubungkan dengan peristiwa tertentu, seperti: Paket Awal Ramadhan, Paket Jelang Ramadhan, Paket Akhir Ramadhan, Paket *Full* Ramadhan, Paket *Nisfu Sya'ban*, Paket *Isra' Mi'raj*, Paket

³⁰Dokumentasi brosur perjalanan umroh PT. helutrans Al Haadi Ziarah Tour

Maulid Nabi SAW, Paket Tahun Baru, dan Paket Umroh *Plus* Dubai, Turki, Istanbul, Cairo, Yamman atau Yerussalem.³¹

2. Kerendahan Hati Dalam Pelayanan Haji dan Umroh

Nilai kerendahan hati pada PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour diartikan dengan apresiasi berupa materi atau non-materi kepada konsumen. Alfani Erythrina Koto mengatakan apresiasi terhadap jamaah yang berupa materiil yaitu akibat *over weight* atas berlebihnya jamaah membawa air zam-zam, sehingga perusahaan memberikan apresiasi kepada jamaah dengan memberikan tambahan biaya 5 kg. Namun apabila tetap melebihi dari 5 kg tersebut, maka jamaah akan tetap diminta untuk mengeluarkan biaya sendiri.³²

Kerendahan hati atau apresiasi kepada konsumen selanjutnya yakni apresiasi dengan bentuk fasilitas, seperti hal fasilitas kamar hotel. Tidak sedikit jamaah yang mendaftar dengan paket *quad room* atau sekamar berempat, hal tersebut pasti dengan alasan biaya yang murah, namun pada saat aplikasi di lapangan tidak jarang jamaah tersebut diberikan fasilitas *triple room*.³³

M. Janni mengatakan bahwa apabila jamaah telah menyetorkan pembiayaan 50% dari total biaya umroh, maka jamaah tersebut akan

³¹<http://haztour.com/> Kamis, 28 Juni 2018. Pukul 10.45 WIB.

³²Alfani Erythrina Koto, *Admin and Accounting Manager* PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, Kantor PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, Jakarta Timur, wawancara dengan penulis, 23 Oktober 2018

³³Alfani Erythrina Koto, *Admin and Accounting Manager* PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, Kantor PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, Jakarta Timur, wawancara dengan penulis, 25 Oktober 2018

langsung diberikan *souvenir* atau perlengkapan umroh, bahkan tidak sedikit *souvenir* atau perlengkapan tersebut dikirimkan ke rumah-rumah calon jamaah.³⁴

Sikap kerendahan hati yang diaplikasikan dengan siap membantu konsumen terdapat pada kesiapan karyawan PT. Haztour untuk mengambil uang pembayaran haji atau umroh di rumah calon jamaah atau di tempat tertentu (membuat janji antara konsumen dan karyawan).³⁵

Kerendahan hati PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour yang diartikan sebagai kebijakan, terdapat pada proses pembatalan keberangkatan jamaah yang akan dikenakan biaya administrasi sebesar:³⁶

- a. 25% pembatalan 3 bulan sebelum keberangkatan
- b. 50% pembatalan 1 bulan sebelum keberangkatan
- c. 75% pembatalan 2 minggu sebelum keberangkatan

Kebijakan tersebut diatas dijelaskan oleh M. Janni, apabila calon jamaah telah menyetorkan biaya umroh atau wisata halal dan biaya tersebut belum digunakan untuk pengurusan visa, *ticket*, dan hotel, maka biaya dapat dikembalikan 100% kepada calon jamaah tersebut. Namun apabila sebagian uang administrasi telah digunakan

³⁴M. Janni, Processing Visa PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, wawancara dengan penulis, kantor PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, Jakarta Timur, 04 Juli 2018.

³⁵Kerendahan hati karyawan, Kantor PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour. Jakarta Timur, Observasi, 14 Agustus 2017.

³⁶Dokumentasi brosur perjalanan umroh PT. helutrans Al Haadi Ziarah Tour

untuk akomodasi dan fasilitas calon jamaah, maka sisa biaya dapat dikembalikan kepada calon jamaah.³⁷

Sikap kerendahan hati lainnya terdapat pada saat penentuan waktu dan tempat untuk manasik haji. Kegiatan ini dilaksanakan satu hari untuk program umroh, yang biasa dilaksanakan di *restaurant* atau rumah makan besar. Namun dalam manasik haji dilaksanakan di hotel yang jauh dari rumah para jamaah atau biasa dilaksanakan di luar kota, yang dilaksanakan tiga hari di hotel bintang empat atau lima. Hal tersebut bertujuan agar jamaah haji dapat fokus dengan materi dan praktek yang disampaikan dalam pelaksanaan haji dari keberangkatan (Tanah Air), pelaksanaan haji dan umroh (Tannah Suci) hingga kembali ke Tanah Air.³⁸

3. Menepati Janji Dalam Pelayanan Ibadah Haji dan Umroh

Apapun yang tertulis maupun terucap merupakan suatu janji, seperti halnya apa yang kami tulis di brosur maupun di *website*, seperti fasilitas hotel, biaya, akomodasi, dan konsumsi, maka kami akan berusaha untuk menepati dan konsekuen dengan apa yang telah kami tulis dan ucapkan.³⁹

Fudhori mengatakan: “apabila kami telah membuat kesepakatan kepada jamaah, misalnya pada saat di Makkah kita akan menggunakan

³⁷M. Janni, Processing Visa PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, wawancara dengan penulis, kantor PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, Jakarta Timur, 04 Juli 2018.

³⁸Dede Sobari, *Operational* PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, wawancara dengan penulis, Kantor PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, Jakarta Timur, 03 Juli 2018.

³⁹Alfani Erythrina Koto, *Admin and Accounting Manager* PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, Kantor PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, Jakarta Timur, wawancara dengan penulis, 15 Oktober 2018

Millenium Tower hotel bintang 5, maka kami harus merealisasikan kesepakatan tersebut, namun apabila hotel penuh maka kami akan memberikan hotel yang sederajat atau setaraf dengan hotel tersebut”.⁴⁰

4. Tanggung Jawab

Tanggung jawab yang diterapkan pada PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour dan para karyawan tampak terlihat dengan keseriusan para karyawan dalam melayani dari proses pendaftaran jamaah, pengurusan berkas atau dokumen, pendampingan serta *service* pada saat manasik haji.⁴¹ Hal tersebut dikatakan oleh Thrina bahwa apabila jamaah telah mendaftarkan diri untuk menggunakan layanan Haztour baik haji maupun umroh, maka segala yang berhubungan dengan hal tersebut merupakan tanggung jawab kami, selaku travel yang menangani perjalanan tersebut.⁴²

Sikap tanggung jawab pada PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour juga terdapat pada kesiapan dalam membantu membuat program umroh khusus apabila dibutuhkan pelayanan khusus, misalnya menginginkan berangkat sekeluarga, paket pernikahan dan paket khusus lainnya.⁴³

Paket khusus atau wisata halal yang sering diminta oleh calon jamaah dan diberikan oleh PT. Haztour adalah wisata halal ke Turki. Dan

⁴⁰Fudhuri Ahmad, *General Manager* PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, kantor PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, Jakarta Timur, wawancara dengan penulis, 16 Oktober 2018

⁴¹Tanggung jawab karyawan, Kantor PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour. Jakarta Timur, Observasi, 02 Juli 2018.

⁴²Alfani Erythrina Koto, *Admin and Accounting Manager* PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, Kantor PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, Jakarta Timur, wawancara dengan penulis, 15 Oktober 2018

⁴³Tanggung jawab terhadap permintaan paket perjalanan, di Kantor PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour. Jakarta Timur, Observasi, 14 Agustus 2017.

terpenting PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour memberikan layanan wisata halal hanya ke Negara-negara Islam dan memiliki sejarah-sejarah peradaban Islam di dalamnya.⁴⁴

a. Tanggung Jawab Dalam Pelayanan Ibadah Haji Khusus

PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour memiliki izin sebagai penyelenggara ibadah haji khusus No. 191 tahun 2015, mendapatkan izin haji dari Kemetrian Agama RI yang berlaku hingga tahun 2018, dan sejak tahun 2000 PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour telah ditunjuk sebagai Penyelenggara Ibadah Haji Khusus (PIHK).⁴⁵

Setelah pendaftaran dan pembayaran administrasi kepada PT. Haztour, maka perusahaan bertanggung jawab untuk memberikan fasilitas-fasilitas yang sesuai dengan apa yang telah disepakati. Dengan pembiayaan paket USD 10.300 sampai dengan USD 11.250, jamaah haji *plus* PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour akan mendapatkan fasilitas sebagai berikut,⁴⁶

- 1) Akomodasi dan hotel
 - a) Makkah : Hilton Suites New atau Millenium Tower
 - b) Madinah : Movenpick atau Royal Makarrem
 - c) Jeddah : *City Tour*
 - d) Mina : *Apartement* atau *Flat*

⁴⁴M. Janni, Processing Visa PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, wawancara dengan penulis, kantor PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, Jakarta Timur, 04 Juli 2018.

⁴⁵Alfani Erythrina Koto, *Admin and Accounting Manager* PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, The Alana Hotel and Conference Center, wawancara dengan penulis, Sentul, 08 Juli 2018.

⁴⁶Dede Sobari, *Operational* PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, wawancara dengan penulis, Kantor PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, Jakarta Timur, 14 Agustus 2017.

- 2) Pengurusan visa haji
- 3) Tiket pesawat udara
- 4) Makan 3x sehari dengan menu Indonesia
- 5) Bimbingan manasik haji
- 6) Ziarah di Saudi dengan transportasi Bus AC
- 7) Bagasi sesuai dengan ketentuan penerbangan
- 8) *Muthawwif* berpengalaman
- 9) Air Zam-zam @5 Liter
- 10) Obat-obatan (P3K)

b. Tanggung Jawab Dalam Pelayanan Ibadah Umroh

Sebagai salah satu bentuk tanggung jawab BPW PT. Helutrans Alhaadi Ziarah Tour adalah memiliki izin usaha dari Departemen Pariwisata No.66/IUBPW/KW.PSB/04/99. Berikutnya izin Penyelenggaraan Ibadah Umrah dari Departemen Agama RI No. 739 Tahun 2016.⁴⁷

Tanggung jawab PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour yang berupa fasilitas dan layanan di Indonesia maupun di Arab Saudi yang diberikan kepada jamaah umroh (semua paket umroh) adalah:⁴⁸

- a) Tiket penerbangan PP (Pulang-Pergi)
- b) Akomodasi selama di Tanah Suci, dekat dengan Masjid Nabawi dan Masjidil Haram, sesuai pilihan.

⁴⁷<http://haztour.com/> Kamis, 28 Juni 2018. Pukul 10.40 WIB.

⁴⁸M. Janni, Processing Visa PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, wawancara dengan penulis, kantor PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, Jakarta Timur, 05 Juli 2018.

- c) Makan prasmanan (menu Indonesia), transportasi (bus AC), *ziarah* Makkah dan Madinah, *Muthawwif* atau *Tourleader* dll.
- d) Setiap rombongan (min. 20 orang) didampingi seorang pimpinan rombongan.
- e) Bagasi Cuma-Cuma 20 kg/orang
- f) Perlengkapan umroh (kain ihrom, mukenah, tas, buku do'a, dll)
- g) Bimbingan Manasik Umroh
- h) Air zam-zam 5 liter per-orang.

C. Respon dan Hasil Jamaah PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour

Berikut pemaparan respon dan hasil jamaah yang telah menggunakan jasa PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour dalam ibadah haji dan umroh. Adapun respon dan hasilnya adalah sebagai berikut:

Aulia, seorang ibu rumah tangga, bertempat tinggal di Taman Harapan Baru Blok A-2 No. 9, Bekasi Utara. Jamaah umroh yang berangkat dengan menggunakan paket *Gold Plus* pada periode Februari 2018, mengatakan:

“Bahwa pelayanan Haztour sangat baik dan cukup memuaskan. Hal tersebut dikatakan oleh Aulia bahwa dia mendapatkan pengalaman spiritual yang bagus pada saat di Tanah Suci, karena pada saat berangkat kita dapat *Tour Leader* (TL) yang bagus bernama ibu Nely. Yang intinya Alhamdulillah saya bisa melaksanakan ibadah semuanya, seperti bisa shalat di *Raudhoh*, Shalat di *hijr* Ismail, bisa mencium ka'bah, dan bisa melaksanakan umroh dua kali. Selain dari *tour leader* (TL) yang sangat bersahabat, pendampingan dari pihak travel Haztour pun sangat terasa hangat kami rasakan dan selalu siap sedia diwaktu kami butuhkan. Dan untuk ketepatan apa yang pihak travel sampaikan untuk fasilitas yang akan kami dapatkan, *Alhamdulillah* semua tidak ada yang diingkarkan (semua sesuai dengan yang ada di brosur). Namun

jikalau ada rezeki dan bisa berangkat lagi, mungkin lebih nyaman dan memuaskan lagi berangkat umroh dengan paket *diamond*".⁴⁹

Junaidi, beralamat rumah di Madura, Jawa Timur. Adalah seorang jamaah Haztour yang telah menggunakan jasa Haztour untuk perjalanan umroh sebanyak dua kali pada tahun 2018. Paket layanan yang digunakan adalah paket *diamond* (9 hari) dan *silver* (14 hari). Beliau mengatakan:

"Bahwa pelayanan Haztour sangat memuaskan, baik pelayanan di Indonesia maupun di Saudi, Madinah, dan Jeddah. Kemudian pelayanan untuk fasilitas tentang hotel dan akomodasi, semua Alhamdulillah baik dan menurut saya sangat memuaskan. Adapun keselarasan apa yang disampaikan diawal penjelasan harga dan paket, semuanya tepat dan diberikan kepada kami, seperti fasilitas hotel, akomodasi, serta *schedule*. Namun untuk pemilihan hotel, bisa saja berubah namun tetap setaraf dengan hotel yang disepakati di waktu penjelasan paket".⁵⁰

Endah, alumni Jamaah haji PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour tahun 2014, *interview* di Kantor PT. Akanara Pratama, Jakarta Timur. Beliau mengatakan:

"Bahwa pelayanan Haztour yang dirasakan cukup memuaskan, yaitu dengan pendampingan di Indonesia dan Arab Saudi, bimbingan ibadah, koordinasi lapangan dan *operasionalnya* tidak membuat kecewa, serta kesiapan karyawan ketika dimintakan tentang informasi maupun bantuan. Koordinasi yang dilakukan oleh pihak Haztour cukup memuaskan, hal tersebut dirasakan pada saat di Indonesia dan Arab Saudi, sehingga alhamdlillah ibadah haji kami lancar tanpa ada hambatan. Alhamdulillah ketepatan atas informasi fasilitas-fasilitas yang telah disepakati di awal penjelasan perjalanan haji yang kami rasakan, seperti hotel maupun konsumsi. Semoga PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour tetap selalu mengutamakan *costumer satisfaction* untuk kedepannya".⁵¹

⁴⁹Aulia, Jamaah Umroh PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, Bekasi Utara, wawancara dengan penulis, 23 Oktober 2018

⁵⁰Junaidi, Jamaah Umroh PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, Bekasi Selatan, wawancara dengan penuls,27 Oktober 2018

⁵¹Endah, Jamaah Haji PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, PT. Akanara Pratama, Jakarta Timur, wawancara dengan penulis, 26 Oktober 2018

Ricky, berkediaman di Jaka Mulya, Bekasi Selatan, selaku alumni jamaah haji tahun 2018 dan umroh (paket *diamond*) 2018 PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour. Sudah hampir tiga tahun yang lalu beliau mengetahui PT. Haztour ini, dan mengatakan:

“Bahwa untuk pelayanan sejauh ini sama dengan travel yang lain, dari segi *service* atau pelayanannya, fasilitas hotel, dan makanannya sesuai dengan apa yang mereka jual, yaitu apa ada pada brosur dan penjelasan dari Haztour tepat dengan aplikasi di lapangannya. Pendampingan dari karyawan beliau rasakan dari awal pendaftaran dan setelah penjelasan tentang paket-paket perjalanan umroh, sampai pendampingan dalam pembuatan dokumen-dokumen persyaratannya beliau rasa sudah baik. *Totly* kepuasan atas pelayanan yang Ricky rasakan mungkin sampai 85% dari awal sampai kepulangan dari Arab Saudi, mungkin dari segi *souvenir* dapat ditingkatkan lagi, seperti koper agar dapat disesuaikan dengan *trend* saat ini. Namun *alhamdulillah* segala perjalanan dan *schedule* berjalan dengan apa yang telah direncanakan, dan tidak ada hambatan dari pihak Haztour”.⁵²

Endang, selaku jamaah umroh periode 2018 bersama jamaah Nurul Qolbi mengatakan:

“Bahwa pelayanan Haztour dari mulai keberangkatan hingga di Arab Saudi sangat bagus, artinya dengan *budget* minimum kita dapat merasakan ibadah ke Tanah Suci dan bisa ziarah ke museum Haramain. Mulai dari fasilitas hotel dan makanan sudah cukup nyaman buat kami, kebetulan kami berangkat berempat dengan keluarga. Dalam segi beribadah *Alhamdulillah* kami merasa puas, ditambah kita bisa melaksanakan umroh tiga kali. Untuk seragam batiknya sudah bagus, namun untuk saran kedepannya mungkin dari makanan dapat disesuaikan dengan lidah Indonesia dan *souvenir* dapat diperbaharui, yaitu jilbab atau mukena agar disesuaikan dengan model baru atau *trend* saat ini. Dan *Alhamdulillah* untuk *muthawwif* bagus-bagus semua”.⁵³

⁵²Ricky, Jamaah Haji dan Umroh PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, Bekasi Selatan, wawancara dengan penulis, 29 Oktober 2018.

⁵³Endang, Jamaah Umroh PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, Jakarta Timur, wawancara dengan penulis, 28 Oktober 2018

BAB IV

ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PELAYANAN IBADAH HAJI DAN UMROH

A. Etika Bisnis Islam PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour

Ditinjau dari kasus travel haji *plus* dan umroh pada tahun 2017 yang lalu, banyak masyarakat bingung dalam memilih dan menggunakan biro travel perjalanan haji *plus* dan umroh. Penipuan yang berkedok iming-iming oleh perusahaan travel bodong tersebut adalah berupa penjualan paket perjalanan umroh yang *relative* murah, hingga dibawah standar yang telah ditetapkan oleh Kementerian Agama Republik Indonesia (KEMENAG RI).

Etika bisnis Islam dilihat dari pendapat Buchari Alma, etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, salah, halal, dan haram dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang sesuai dengan syariah. Hal ini penulis artikan bahwa, apabila suatu perusahaan mengaplikasikan nilai ketidak jujuran, kesombongan, ingkar janji, dan tidak bertanggungjawab, serta prilaku jelek lainnya berarti perusahaan tersebut adalah perusahaan yang tidak mengaplikasikan etika bisnis yang diajarkan dalam Al-Quran dan Hadits Rasulullah SAW, begitupun sebaliknya.

Berdasarkan pengamatan penulis terhadap etika bisnis Islam PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour (Jakarta Timur), dari nilai kejujuran, kerendahan hati, menepati janji, dan tanggung jawab, telah diterapkan oleh para karyawan dalam melayani jamaah haji dan umroh. Hal tersebut penulis temukan dari penyampaian informasi tentang paket-paket perjalanan umroh,

pelayanan pendaftaran, bimbingan terhadap jamaah, sampai pemberangkatan jamaah ke Tanah Suci (Makkah). Selain dari nilai kejujuran, kerendahan hati, menepati janji, dan tanggung jawab yang dilakukan oleh defisi dan karyawan PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, terdapat tindakan etika baik dalam proses pelayanan terhadap jamaah, diantaranya adalah: *pertama*; nilai kasih sayang yang meliputi sifat pemurah, tolong-menolong, persaudaraan, dan silaturahmi (menghubungkan tali silaturahmi). *Kedua*; bersifat kuat (*Al-Quwwah*), yaitu kuat fisik (kuat *jasmaniah*), kuat jiwa (bersemangat, inovatif, dan inisiatif), dan kuat akal atau pikiran (cerdas dan cepat dalam mengambil keputusan).

1. Nilai Kejujuran PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour

Apabila nilai jujur diartikan sebagai sifat lugas, apa adanya, yang tidak dicampuri dengan kebohongan-kebohongan, maka penulis menemukan bahwa PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour menerapkan nilai kejujuran dalam memberikan pelayanan ibadah haji dan umroh. Sifat lugas dan apa adanya nampak dilakukan oleh seluruh karyawan ketika menjelaskan paket-paket haji atau umroh, dan tidak penulis temukan kebohongan-kebohongan (monopoli harga) dalam penjualan paket-paket perjalanan, karena semua yang disampaikan sesuai dengan apa yang telah tertulis di brosur paket perjalanan.

Merujuk kepada pengertian tentang kejujuran yang dikatakan oleh Agus Arijanto, bahwa kejujuran adalah modal utama dalam kegiatan bisnis, sehingga kejujuran meliputi tingkah laku perusahaan, mulai dari jajaran direksi, staf, dan karyawan yang saling terkait. Fudhori Ahmad

(*General Manager* PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour) mengatakan bahwa kejujuran adalah nilai terpenting yang harus selalu ditanamkan kepada diri sendiri dan para karyawan, karena nilai kejujuran adalah pondasi untuk ketahanan dalam menjalankan bisnis. Dalam hal tersebut, penulis mendapatkan bahwa seluruh jajaran direksi, staf dan karyawan PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour mengimplementasikan nilai kejujuran dalam melayani jamaah haji maupun umroh, dari mulai penyampaian informasi paket-paket perjalanan, perlengkapan, hingga pelayanan yang diberikan oleh PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour kepada jamaah haji atau umroh.

Kejujuran yang ditinjau dari transaksi bisnis Rasulullah diantara cakupannya adalah tidak melaukan penipuan, tidak menyembunyikan cacat pada barang atau produk, menimpang barang dengan timbangan yang tepat (tidak merugikan satu sama lainnya). Kejujuran yang ditinjau pada pelayanan ibadah haji dan umroh PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour adalah: *Pertama*, kejujuran dalam surat izin Penyelenggara Ibadah Haji Khusus (PIHK) dan umroh, artinya PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour bukan travel bodong (penipu) yang ingin membohongi masyarakat dalam memberikan layanan haji khusus dan umroh. *Kedua*, kejujuran dalam pembiayaan haji khusus dan umroh, dalam hal ini penulis dapatkan bahwa PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour menetapkan harga standar umroh yang telah diatur oleh Kementerian Agama Republik Indonesia (KEMENAG RI), namun dalam layanan haji khusus PT. Helutrans Al

Haadi Ziarah Tour menaksirkan harga khusus dengan fasilitas-fasilitas plus juga untuk pelayanan di Indonesia dan Arab Saudi. *Ketiga*, kejujuran dalam layanan yang diminta oleh jamaah, artinya direksi dan karyawan PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour memberikan apa yang telah disepakati dalam pembelian paket-paket layanan, seperti fasilitas-fasilitas hotel berbintang, transportasi, aksesoris, perlengkapan ibadah, dan bimbingan ibadah haji atau umroh.

Hasil wawancara penulis dengan beberapa alumni jamaah haji dan umroh PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, menambahkan data penulis bahwa para karyawan PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour telah menerapkan nilai kejujuran dalam memberikan pelayanan kepada jamaah haji dan umroh. Dari *cross check* yang penulis lakukan kepada lima alumni jamaah haji atau umroh PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, alumni jamaah haji dan umroh tersebut mengatakan bahwa apa yang staf atau karyawan sampaikan di awal penjelasan tentang paket-paket perjalanan dengan apa yang PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour berikan, semuanya sama (seperti keterangan di brosur paket). Apabila tidak sama dengan penjelasan diawal, maka PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour akan memberikan fasilitas atau layanan yang setaraf.

2. Nilai Kerendahan Hati PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour

Nilai kerendahan hati dalam lingkungan perusahaan yang dikatakan oleh Kasmir adalah sikap suka menolong konsumen. Dalam hal ini penulis menemukan kesamaan dari hasil *interview* dengan Alfani

Erythrina Koto sebagai *Admin and Accounting Manager* PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, Alfani mengatakan bahwa kerendahan hati adalah sikap tolong menolong dalam bentuk apresiasi kepada jamaah pada saat di Indonesia ataupun di Arab Saudi. Jadi kerendahan hati yang penulis dapatkan pada PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour adalah sikap apresiasi terhadap jamaah dan sikap karyawan yang siap menolong atau membantu jamaah, baik berupa material maupun dalam bentuk tenaga dan moril.

Ditinjau dari undang-undang Republik Indonesia tentang perlindungan konsumen bahwa kerendahan hati dalam lingkup perusahaan adalah upaya untuk tidak menggunakan kekuatan finansialnya untuk hal-hal yang melanggar hukum atau memaksakan kehendaknya terhadap konsumen atau masyarakat, maka penulis mendapatkan beberapa bentuk kerendahan hati yang diterapkan oleh PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour adalah: *pertama*; kerendahan hati dalam bentuk apresiasi. Semakin sering perusahaan memberikan apresiasi terhadap konsumen, maka akan meningkat pula kepuasan konsumen (*Costumer Satisfaction*) sehingga memberikan dampak positif terhadap eksistensi perusahaan tersebut. *Kedua*; kerendahan hati dalam membantu konsumen (jamaah). Integritas direksi dan karyawan adalah satu sudut penilaian konsumen terhadap kinerja karyawan, artinya konsumen (jamaah) akan mudah menilai tentang pelayanan perusahaan dengan melihat keselarasan antara ucapan dengan tindakan para direksi dan karyawannya. *Ketiga*; kerendahan hati dalam bentuk kebijakan. Kebijakan PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour

berasaskan kepada manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastuan hukum, sebagaimana yang telah tertera dalam undang-undang tentang perlindungan konsumen tahun 1999. Artinya, kebijakan PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour yang meliputi dari apresiasi, kesiapan untuk membantu konsumen, serta kebijakan tentang pembayaran, dan pembatalan keberangkatan konsumen merupakan kebijakan-kebijakan yang sesuai dengan ketetapan hukum di Indonesia yang merujuk kepada kemaslahatan bersama.

3. Nilai Menepati Janji PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour

Menurut pendapat M. Yatimin, bahwa janji dibagi menjadi dua, yaitu janji dengan ucapan dan janji dengan tulisan. Merujuk kepada pendapat tersebut yang dilihat pada PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, maka janji dengan ucapan mencakup kepada seluruh kesepakatan antara direksi atau karyawan dengan jamaah (konsumen), dan meliputi dengan apa yang dijelaskan oleh PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour pada saat manasik haji atau umroh. Sedangkan janji dengan tulisan yang dilihat pada PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour adalah realisasi hal-hal yang di tertulis di *website* dan brosur, yang meliputi fasilitas-fasilitas yang akan didapatkan oleh jamaah (konsumen), seperti hotel, biaya paket, akomodasi (Arab Saudi dan Indonesia), dan konsumsi.

PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour senantiasa menjaga janji-janji yang meliputi ucapan ataupun tulisan untuk mencapai kepuasan batin para jamaahnya (konsumen), sebagaimana yang telah dituliskan pada moto

PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour yaitu: “keuntungan *financial* bukan tujuan utama kami, kepuasan batin itulah yang kami inginkan”. Artinya ketika suatu perusahaan mengimplementasikan nilai menepati janji pada setiap aktivitasnya, maka menepati janji akan melahirkan kepuasan terhadap konsumen (*costumer satisfaction*). Hal tersebut diatas penulis melihat dengan merujuk kepada pendapat Kasmir, yang mengatakan: “.....apabila karyawan tidak mampu menepati janji, akan menghilangkan kepercayaan konsumen kepada perusahaan”.

Nilai menepati janji yang dilihat dari hasil *cross check* kepada lima alumni jamaah haji atau umroh PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, jamaah haji dan umroh mengatakan bahwa PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour memberikan apa yang telah dijanjikan (sesuai dengan brosur), baik secara ucapan maupun tulisan, bahkan terkadang manajemen PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour memberikan tambahan ziarah ke museum *Haramain*, padahal hal tersebut tidak diucapkan atau dituliskan dalam brosur. Artinya nilai menepati janji sangat berkaitan dengan kepuasan konsumen (*costumer satisfaction*), karena dari lima hasil *cross check* jamaah (konsumen) yang penulis lakukan, semua mengatakan bahwa pelayanan PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour memuaskan.

4. Nilai Tanggung Jawab PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour

Nilai tanggung jawab dalam suatu perusahaan merupakan salah satu sudut ukur seberapa lama perusahaan tersebut dapat untuk beroperasi. Tanggung jawab diartikan juga dengan *amanah*, yang di dalam perusahaan

dapat ditampilkan dalam bentuk keterbukaan, kejujuran, dan *service* yang optimal kepada konsumen.

Output tanggung jawab yang terpenting dalam suatu pelayanan atau *service* adalah rasa aman dan nyaman yang timbul atas legalitas perusahaan. PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour telah memiliki izin sebagai salah satu perusahaan atau biro penyelenggara ibadah haji khusus dan umroh, dengan izin haji terbaru No. 37 tahun 2019 dan izin umroh No. 739 tahun 2016.

Sikap untuk selalu bertanggung jawab dalam menjalankan bisnis sangat berpengaruh terhadap loyalitas (kesetiaan), kepercayaan, dan kepuasan konsumen, sebagaimana yang dikatakan oleh Buchari Alma dan Donni Juni Priansa. Artinya ketika suatu perusahaan mengimplementasikan nilai tanggung jawab dalam aktivitas bisnisnya, maka loyalitas konsumen akan terus terjaga dengan sendirinya, bahkan konsumen dapat menjadi akses dalam mempertahankan dan memperluas citra perusahaan tersebut. Dampak positif lain dari implementasi nilai tanggung jawab adalah kepercayaan dan kepuasan konsumen, yang dalam hal ini dapat memberikan efek terhadap strategi pemasaran perusahaan, bahkan perusahaan dapat meminimalisir dana pemasaran dengan menggunakan kepercayaan dan *statement* kepuasan konsumen untuk menyampaikan tentang produk atau jasa perusahaan tersebut kepada kerabat dan saudaranya.

Bentuk dari tanggung jawab atau *amanah* dapat berupa pesan (ucapan atau perbuatan), dapat pula berupa suatu kepercayaan yang diberikan kepada seseorang berkaitan dengan harta benda. Hal tersebut dapat diartikan bahwa seseorang yang mendapatkan kepercayaan untuk melayani orang lain, maka ia harus bertanggung jawab atau menjalankan *amanah* yang telah seseorang tersebut berikan atau sampaikan. Alfani Erythrina Koto mengatakan hal serupa, bahwa ketika jamaah telah mendaftarkan diri untuk menggunakan layanan PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour baik haji maupun umroh, maka segala yang berhubungan dengan hal tersebut merupakan tanggung jawab kami, selaku travel yang menangani perjalanan tersebut. Hasil dari *cross check* kepada alumni jamaah PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour dan observasi terhadap kegiatan-kegiatan perusahaan menguatkan data penulis bahwa perusahaan bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan, perlindungan, dan bimbingan selama pelaksanaan ibadah haji atau umroh.

B. Pelayanan PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour

Pelayanan PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour dilihat dari undang-undang tentang perlindungan konsumen, bahwa pelayanan atau jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen, maka layanan yang disediakan oleh PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour adalah berbentuk jasa travel yang meliputi perjalanan haji dan umroh, perjalanan domestik, dan wisata halal. Layanan tersebut bertujuan agar konsumen atau masyarakat

dapat merasakan kemudahan, kemanfaatan perusahaan, sehingga konsumen dapat merasakan kepuasan batin dalam beribadah atau perjalanan (*ziarah*).

Pelayanan PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour yang meliputi: penjelasan informasi paket perjalanan, penyediaan paket perjalanan haji atau umroh dan wisata halal, pengurusan dokumen-dokumen, bimbingan dan pendampingan, perlindungan konsumen, serta kepastian hukum (izin) operasi perusahaan adalah wujud dari upaya perusahaan dalam menciptakan kepuasan konsumen (*costumer satisfaction*). Penjelasan tersebut dilihat dari pengertian pelayanan menurut Kotler, Adrian Payne, dan Cristian Gronross yang mengatakan bahwa pelayanan adalah suatu aktivitas atau kegiatan *intangibile* (nilai atau manfaat) untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.

Berdasarkan ciri-ciri pelayanan yang baik menurut Kasmir yang terdiri dari Sembilan kriteria, yang dilihat pada PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour di Jakarta Timur dalam praktiknya meliputi:

1. Karyawan harus mampu memberikan kenyamanan kepada konsumen, artinya karyawan harus ramah, sopan, dan mampu merangkul pelanggan sehingga merasa nyaman dalam aktivitas pemberian layanan. Serta karyawan harus berpenampilan rapi (*good looking*), cepat, dan cekatan dalam setiap aktivitas bisnis, sehingga mampu memberikan pandangan yang positif pada konsumen.
2. Sarana dan prasarana yang mendukung kenyamanan konsumen pada saat berada di perusahaan, meliputi ruang tunggu atau pertemuan yang sejuk, tenang, dan tidak berisik, dan lain-lain.

3. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah atau konsumen sejak awal hingga selesai, artinya setiap karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen sangat dianjurkan untuk bertanggung jawab dalam setiap proses layanan, dimulai dari penjelasan produk, pendaftaran, pengurusan dokumen persyaratan, hingga selesai seluruh rentetan aktivitas layanan tersebut.
4. Mampu melayani secara cepat dan tepat. Dalam hal ini perusahaan dianjurkan menetapkan standar *operational* pelayanan dan standar waktu pelayanan yang mampu menuntun setiap karyawan dalam hal melayani konsumen, sehingga apa yang diinginkan oleh konsumen dapat terpenuhi dengan cepat dan tepat. Seperti dalam hal penyampaian informasi paket-paket perjalanan, karyawan harus mampu menyampaikan informasi tersebut (via telepon atau langsung) dengan tidak berbelit-belit dan tidak membicarakan hal-hal diluar konteks pekerjaan secara berlebihan, sehingga konsumen tidak bosan atau jenuh.
5. Mampu berkomunikasi dengan baik, artinya karyawan mampu berkomunikasi dengan tutur kata yang lembut dan mudah dimengerti oleh konsumen, baik secara langsung atau komunikasi lewat telepon.
6. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi, terutama yang berkaitan dengan uang dan dokumen pribadi (dokumen haji atau umroh). Dalam implementasi transaksinya PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour untuk pembayaran paket pelayanan, karyawan dapat mengambil di rumah konsumen, membuat janji bertemu (*meet up*) di tempat tertentu, atau bisa

melalui transfer bank. Namun dalam pengurusan dokumen *alternative* yang digunakan oleh PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour adalah konsumen menyerahkan dokumen (haji atau umroh) kepada karyawan di kantor PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, atau karyawan mengambil dokumen tersebut. Hal tersebut diatas ditujukan untuk menjaga kerahasiaan transaksi dan keamanan dalam setiap transaksi.

7. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik. Karena tugas utama perusahaan yang bergerak dalam jasa atau *service* adalah melayani konsumen, sehingga salah satu dasar dalam implementasi pelayanan kepada konsumen adalah karyawan yang memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam melayani. PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour dalam membentuk kemampuan karyawannya, dan memberikan pengetahuan karawan adalah dengan memberikan kesempatan kepada karyawan untuk langsung terlibat dalam promosi atau pemasaran, sehingga karyawan memiliki kemampuan yang baik dalam pelayanannya. Selain itu, karyawan PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour juga mengikuti *workshop* yang diselenggarakan oleh pemerintah atau perusahaannya sendiri untuk menambah pengetahuan bagi setiap karyawan.
8. Mampu memberikan kepercayaan kepada konsumen. Meningkatkan kepercayaan lebih mudah daripada mempertahankan kepercayaan konsumen, sehingga karyawan PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour senantiasa memberikan pelayanan yang terbaik (*service excellent*) kepada setiap konsumen-konsumen yang lama maupun yang baru. Hal tersebut

dilakukan oleh PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour untuk menjaga kepercayaan konsumen sehingga loyalitas konsumen terhadap perusahaan dapat dipertahankan.



BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

A. Kesimpulan

Setelah dilakukan penelitian, pembahasan serta analisis data, maka penulis memperoleh kesimpulan bahwa nilai-nilai etika bisnis Islam yang diimplementasikan oleh PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour dalam pelayanan ibadah haji dan umroh, adapun nilai-nilai tersebut adalah sebagai berikut: *Pertama*, nilai kejujuran dalam setiap pelayanan yang diberikan kepada konsumen, mulai dari kejujuran dalam penyampaian informasi, penetapan harga paket-paket ibadah, sampai fasilitas-fasilitas yang telah ada pada *website* dan brosur paket perjalanan. *Kedua*, nilai kerendahan hati dalam melayani konsumen, PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour mengimplementasikan nilai kerendahan hati dalam bentuk apresiasi terhadap konsumen, baik secara materil maupun non materil. Selain itu kerendahan hati yang diaplikasikan dengan bentuk sikap membantu atau siap menolong konsumen, *souvenir-souvenir* ibadah, dan bentuk kebijakan-kebijakan untuk kepuasan jamaah. *Ketiga*, nilai menepati janji dalam pelayanan ibadah haji dan umroh. Hal tersebut meliputi janji yang diucapkan atau tertulis, artinya PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour berusaha memberikan fasilitas, hotel, biaya, akomodasi, dan konsumsi yang telah disepakati dengan konsumen. *Keempat*, nilai tanggung jawab dalam setiap pelaksanaan pelayanan kepada konsumen atau jamaah. Tanggung jawab PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour tersebut meliputi dari adanya surat izin perusahaan, memberikan layanan

untuk pendaftaran, pemberian fasilitas yang sesuai, pengurusan berkas atau dokumen, dan pendampingan serta *service* untuk manasik haji.

Selain dari empat nilai-nilai etika bisnis Islam diatas, terdapat tindakan etika baik PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour dalam proses pelayanan terhadap jamaah, diantaranya adalah: *pertama*; nilai kasih sayang yang meliputi sifat pemurah, tolong-menolong, persaudaraan, dan silaturahmi (menghubungkan tali silaturahmi). *Kedua*; bersifat kuat (*Al-Quwwah*), yaitu kuat fisik (kuat *jasmaniah*), kuat jiwa (bersemangat, inovatif, dan inisiatif), dan kuat akal atau pikiran (cerdas dan cepat dalam mengambil keputusan).

Terkait dengan pelayanan yang dilakukan oleh PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, pada dasarnya setiap pelayanannya sama dengan perusahaan travel haji dan umroh lainnya. Namun Setelah penulis melakukan analisis data dan penyocokan teori tentang standar pelayanan yang baik dengan data yang ada pada PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, maka pelayanan atau service yang diimplementasikan oleh PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour telah sesuai dengan standar pelayanan yang baik menurut ahli.

B. Rekomendasi

Adapun beberapa rekomendasi dari penulis yang muncul dari kesimpulan diatas, untuk etika bisnis Islam PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour dalam setiap pelayanannya sebagai berikut: *Pertama*, agar PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour terus menjaga dan meningkatkan nilai-nilai etika bisnis Islam yang baik dalam pelayanannya. *Kedua*, agar meningkatkan *souvenir-souvenir* yang diberikan kepada jamaah, khususnya koper dan model jilbab

atau mukena untuk jamaah wanita. *Ketiga*, apresiasi kepada jamaah haji dan umroh hendak ditingkatkan untuk menambah tingkat kepuasan jamaah (*customer satisfaction*) sehingga jamaah dapat lebih mudah membantu memasarkan paket layanan.



DAFTAR PUSTAKA

- Afzalurrahman, *Muhammad Sebagai Seorang Pedagang*, diterjemahkan oleh Dewi Nurjuliani dkk, Jakarta: Yayasan Swarna Bhumi, 1997.
- Aziz, Abdul, *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta, 2013
- Arijanto, Agus, *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Abdullah, M. Yatimin, *Pengantar Studi Etika*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2006.
- Alma, Buchari, *Ajaran Islam Dalam Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 1994
- Alma, Bukhari dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2009.
- Ahmad, Mustaq, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2006.
- Aladip, Machfuddin, *Terjemahan Bulughul Maram Karya Besar Al Hafizh Ibn Hajar Al Asqalani*, Semarang: PT. Karya Toha Putra, 1985.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Penerbit Rineka Cipta, 2010.
- Azwar, Saifuddin, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Badroen, Faisal, -----, *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana, 2006
- Hasyim, Husaini A. Madjid, *Syarah Riyadhus Shalihin jilid III*, Surabaya: PT Bina Ilmu: 2003.
- Hadi, Sutrisno, *Metode Research jilid I*, Yogyakarta: Andi Ofset, 1989.
- Herdiansyah, Haris, *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Salemba Humanika, 2010.
- Kasmir, *Etika Costumer Service*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2005.
- Kasmir, *Kewirausahaan Cet. 11*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016.

- Moelong, Lexy J, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011.
- Muslich, *Etika Bisnis Islami (Landasan Filosofis, Normatif dan Subtansi Implementatif)*, Yogyakarta: Ekonnisia, 2004.
- Ruslan, Rosady, *Metode Penelitian public Relations dan Komunikasi*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2010.
- Ridwan, Juniarso dan Achmad Sodik Sudrajat, *Hukum Administrasi Negara dan Kebijakan Pelayanan Publik*. Bandung: Nuansa, 2009
- Salam, Burhanuddin, *Etika Sosial*, Jakarta: Rineka Cipta, 1994.
- Sinambela, Lijian Poltak, *Reformasi Pelayanan Publik, Teori, Kebijakan dan Implementasi*, Bandung: Bumi Aksara, 2006.
- Sinambela, Lijian Poltak, *Reformasi Pelayanan Publik*, Jakarta: Bumi Aksara, 2011.
- Teguh, Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2005.
- Siti Rohmah, “*Penerapan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam di Hotel Madani Syariah*”. Skripsi Program S1 Manajemen dakwah: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2014.
- Zulkipli. “*Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan Usaha Pada PT. Asuransi Syari’ah Mubarakah*”. Skripsi Program S1 Muamalat (Ekonomi Syariah): Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2010.
- Dokumentasi brosur paket perjalanan umroh PT. helutrans Al Haadi Ziarah Tour
- 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 Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 2 dan Pasal 3 huruf (b).
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 1 ayat (5).
- Aulia, Jamaah Umroh PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, Bekasi Utara, wawancara dengan penulis, 23 Oktober 2018.

Alfani Erythrina Koto, *Admin and Accounting Manager* PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, wawancara dengan penulis, The Alana Hotel and Conference Center, Sentul, 07 Juli 2018.

-----. Wawancara di kantor PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, Jakarta Timur, wawancara dengan penulis, 23 Oktober 2018

Dede Sobari, *Operational* PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, wawancara dengan penulis, kantor PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, Jakarta Timur, 10 Oktober 2018.

Endah, Jamaah Haji PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, PT. Akanara Pratama, Jakarta Timur, wawancara dengan penulis, 26 Oktober 2018.

Endang, Jamaah Umroh PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, Jakarta Timur, wawancara dengan penulis, 28 Oktober 2018.

Fudhori Ahmad, *General Manager* PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, kantor PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, Jakarta Timur, wawancara dengan penulis, 25 Oktober 2018.

Junaidi, Jamaah Umroh PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, Bekasi Selatan, wawancara dengan penulis, 27 Oktober 2018

M. Janni, *Processing Visa* PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, wawancara dengan penulis, kantor PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, Jakarta Timur, 04 Juli 2018.

Ricky, Jamaah Haji dan Umroh PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, Bekasi Selatan, wawancara dengan penulis, 29 Oktober 2018.

Responden DS, wawancara pra survei, Kantor Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, Jakarta, 14 Agustus 2017.

Responden ST, wawancara pra survei, Kantor Helutrans Al Haadi Ziarah Tour, Jakarta, 15 Agustus 2017.

<http://haztour.com/> Kamis, 28 Juni 2018. Pukul 10.25 WIB.