

**ANALISIS PELAYANAN JASA *TOUR AND TRAVEL*  
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM DI  
CV. ARSAL WISATA NUSANTARA KABUPATEN JEMBER**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Jurusan Ekonomi Islam Program Studi Ekonomi Syariah



Disusun Oleh:

**Dewi Nurmala Sari**  
NIM. 083 134 082

Pembimbing:

**M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I**  
NIP. 1976 08 12 2008 01 1 015

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
JURUSAN EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) JEMBER**

**2017**

**ANALISIS PELAYANAN JASA *TOUR AND TRAVEL*  
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM DI  
CV. ARSAL WISATA NUSANTARA KABUPATEN JEMBER**

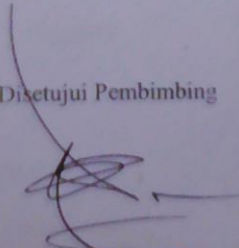
**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Jurusan Ekonomi Islam Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:

  
DEWI NUR MALASARI  
NIM. 083 134 082

Ditetujui Pembimbing

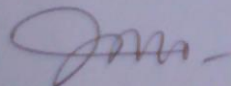
  
M.F. Hidayatullah, S.H., M.S.I  
NIP. 1976 08 12 2008 01 1 015

**ANALISIS PELAYANAN JASA *TOUR AND TRAVEL*  
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM DI  
CV. ARSAL WISATA NUSANTARA KABUPATEN JEMBER**

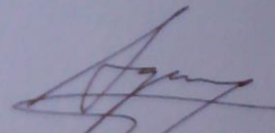
Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam Program Studi Ekonomi Syariah

Hari : Kamis  
Tanggal : 24 Agustus 2017

Ketua Tim Penguji Sekretaris



**Ahmadiono, M.E.I**  
NIP.19760401200312 1 005



**Agung Parmono, SE, M.Si**  
NIP. 19751216 200912 1002

Anggota:

1. Moch. Chotib, S.Ag, MM
2. M.F. Hidayatullah, S.H.I, M.S.I



Menyetujui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Moch. Chotib, S. Ag, MM**  
NIP. 19740727 2002 12 1 003

## MOTTO

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ

تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “ Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”<sup>1</sup>

IAIN JEMBER

---

<sup>1</sup> QS. 4:29.

## PERSEMBAHAN

Bersama dengan rasa Syukur saya kepada Allah SWT yang maha penyayang karya tulis ini kupersembahkan kepada:

1. Kedua orang tuaku Abi H. Muhammad Munasir dan Ibu Hj. Siti Jubaidah yang telah mendidikku, mencurahkan kasih dan pengorbanannya kepadaku sampai pada akhirnya insyaallah mampu mewujudkan impianmu menyelesaikan pendidikan ini.
2. Untuk kedua adik-adikku M. Fajri Aris S dan Salsabila Zahrotul Nuril M yang selalu memberikan support dan semangat dalam penyelesaian tugas akhir ini.
3. Terimakasih banyak kepada keluarga besar Bapak Saiful, Ibu Istianah, yang sudah memberikan motivasi dan doanya selama ini.
4. Teruntuk 6 sahabat wanitaku yang telah membantu berjuang meniti karir bersama dan menyelesaikan pendidikan di kampus yang berbeda.
5. Tak lupa untuk sahabat-sahabat IMADE (Ikatan Mahasiswa Dewata) IAIN Jember yang sudah setia menemani 4 tahun di tanah rantauan.
6. Serta seluruh rekan-rekan seperjuangan ekonomi syariah Angkatan 2013 yang telah setia 4 tahun memberikan warna dalam perjalanan kuliah ini.

IAIN JEMBER

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji hanya milik Allah Swt, shalawat dan salam kepada Rasulullah Saw yang telah membimbing ummat manusia melalui lembaga pendidikan terbaik Islam. *Alhamdulillah* karya sederhana yang berjudul **“Analisis Pelayanan Jasa Tour And Travel Perspektif Etika Bisnis Islam Di CV. Arsal Wisata Nusantara Kabupaten Jember”** ini telah tersusun. Semoga kehadirannya dapat memberi manfaat bagi pengembangan dan peningkatan mutu pendidikan.

Lahirnya karya sederhana ini tidak lepas dari dukungan banyak pihak. sekecil apa pun andil mereka, tentu hal itu telah melengkapi hitungan lahirnya skripsi ini. Ucapan terimakasih yang sedalam-sedalamnya penulis haturkan kepada:

1. Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE.,MM., selaku Rektor IAIN Jember.
2. Moch. Chotib, S.Ag, MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember.
3. M.F. Hidayatullah, S.H.I, M.S.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember dan pembimbing skripsi, yang telah memberikan waktu dan kesabarannya dalam membimbing menyelesaikan skripsi ini..
4. Nikmatul Masruroh, M.E.I., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember.
5. Khamdan Rifa’I, SE,. M.Si., selaku Dosen Penasehat Akademik yang selalu membimbing selama menempuh perkuliahan di IAIN Jember.

6. Moch. Syamsul Arifin, S.Pd.I., selaku Direktur CV. Arsal Wisata Nusantara yang telah memberikan waktu dan tempat bagi peneliti.
7. Segenap dosen yang telah mengajarkan ilmu kepada kami hingga kami dapat menyelesaikan studi di IAIN Jember.

Dalam proses penyusunan skripsi selama ini telah diusahakan semaksimal mungkin untuk mendapatkan hasil terbaik. Namun penulis menyadari bahwa selalu ada celah dan kekurangan dalam setiap upaya manusia, karena kesempurnaan hanya milik Allah. Oleh karena itu, penulis selalu membuka diri untuk menerima saran dan kritikan dari semua pihak demi perbaikan skripsi ini.

Jember, 10 Juni 2017

Penulis

**IAIN JEMBER**



## ABSTRAK

Dewi Nurmala Sari, M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I., “*Analisis Pelayanan Jasa Tour And Travel Perspektif Etika Bisnis Islam Di CV. Aرسال Wisata Nusantara Kabupaten Jember*”.

Dalam usaha jasa, konsumen dihadapkan dengan pemberi jasa yang mutu jasanya kurang begitu pasti dan lebih bervariasi dibandingkan dengan produk barang. Hasil akhir jasa ini akan dipengaruhi tidak saja oleh pemberi jasa tetapi juga dengan seluruh proses produksi di ruang belakang yang mau tidak mau sangat berbeda karena lebih padat karya. Dengan semakin meningkatnya persaingan dibidang jasa, perlu dipikirkan cara untuk memasarkan jasa tersebut. Kemampuan suatu perusahaan untuk menarik dan mempertahankan konsumen atau pengguna jasa adalah bukan saja dari penawaran produk itu sendiri, tetapi juga dari pelayanan yang diberikan kepada konsumen atau pengguna jasa.

Fokus penelitian ini adalah 1) Bagaimana pelayanan jasa tour and travel di CV. Aرسال Wisata Nusantara kabupaten Jember; 2) Apa saja faktor pendukung pelayanan jasa tour and travel di CV. Aرسال Wisata Nusantara kabupaten Jember; 3) Apa saja faktor penghambat pelayanan jasa tour and travel di CV. Aرسال Wisata Nusantara kabupaten Jember?.

Tujuan umum penelitian ini yaitu: 1) Untuk mendeskripsikan pelayanan jasa tour and travel di CV. Aرسال Wisata Nusantara kabupaten Jember; 2) Untuk mendeskripsikan faktor pendukung pelayanan jasa tour and travel di CV. Aرسال Wisata Nusantara kabupaten Jember; 3) Untuk mendeskripsikan faktor penghambat pelayanan jasa tour and travel di CV. Aرسال Wisata Nusantara kabupaten Jember.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian *deskriptif*. Penentuan informan menggunakan: teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan: observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun analisis data menggunakan: *data reduction*, *data display*, dan *verification*. Sedangkan keabsahan data menggunakan teknik triangulasi sumber.

Adapun temuan penelitian ini yaitu: (1), Pelayanan jasa tour and travel di CV. Aرسال Wisata Nusantara kabupaten Jember selalu berupaya untuk memberikan keramahan, kejujuran, dan tanggung jawab serta memprioritaskan etika Islam kepada pelanggan. Selain itu, perusahaan sangat mempertimbangkan aspek-aspek pelayanan prima yaitu *reability*, *tangible*, *responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy* dalam praktek pelayanan jasa. (2), Faktor pendukung dalam pelayanan jasa tour and travel di CV. Aرسال Wisata Nusantara kabupaten Jember ditemukan bahwa: a) bisnis biro perjalanan terbilang masih merintis; b) adanya kerjasama yang baik antara karyawan dengan karyawan; c) adanya kerjasama dengan instansi yang lain; d) banyak pelanggan; e) sikap karyawan perusahaan dalam melayani pelanggannya. (3) faktor penghambat dalam pelayanan jasa tour and travel di CV. Aرسال Wisata Nusantara kabupaten Jember ditemukan bahwa: a) terdapat fasilitas yang terkadang tidak sesuai; b) terdapat konsumen yang membatalkan pemesanan; c) kendaraan yang tidak sesuai dengan kesepakatan awal; d) jadwal yang terlambat; e) faktor teknis; f) perusahaan masih belum memiliki website.



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian .....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Definisi Istilah .....	8
F. Sistematika Pembahasan .....	9
<b>BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN .....</b>	<b>11</b>
A. Penelitian Terdahulu.....	11
B. Kajian Teori.....	16
1. Jasa .....	16
2. Kualitas Pelayanan .....	19
3. Metode Pengukuran Pelayanan .....	28

4. Etika Bisnis Islam.....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>47</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	47
B. Lokasi Penelitian .....	48
C. Subyek Penelitian .....	48
D. Teknik Pengumpulan Data .....	49
E. Analisa Data .....	52
F. Keabsahan Data .....	53
G. Tahap-tahap Penelitian .....	53
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>55</b>
<b>A. Gambaran Obyek Penelitian .....</b>	<b>55</b>
1. Sejarah CV. Arsal Wisata Nusantara .....	55
2. Visi, Misi .....	56
3. Letak Geografis .....	57
4. Keadaan sarana dan prasarana.....	57
5. Struktur Organisasi.....	58
<b>B. Penyajian dan Analisis Data.....</b>	<b>59</b>
1. Pelayananan Jasa Tour and Travel di CV. Arsal Wisata Nusantara kabupaten Jember.....	59
2. Faktor Pendukung Pelayananan Jasa Tour and Travel di CV. Arsal Wisata Nusantara kabupaten Jember .....	86
3. Faktor Penghambat Pelayananan Jasa Tour and Travel di CV. Arsal Wisata Nusantara kabupaten Jember .....	89

<b>C. Pembahasan Temuan .....</b>	<b>91</b>
1. Pelayananan Jasa Tour and Travel di CV. Aرسال Wisata Nusantara kabupaten Jember.....	91
2. Faktor Pendukung Pelayananan Jasa Tour and Travel di CV. Aرسال Wisata Nusantara kabupaten Jember .....	109
3. Faktor Penghambat Pelayananan Jasa Tour and Travel di CV. Aرسال Wisata Nusantara kabupaten Jember .....	110
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>113</b>
A. Kesimpulan .....	112
B. Saran-saran.....	114
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>115</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
1. Matrik Penelitian	
2. Biodata Penulis	
3. Surat Izin Penelitian	
4. Surat Selesai penelitian	
5. Jurnal Penelitian	
6. Dokumentasi	

## DAFTAR TABEL

No	Keterangan	Hal
1.	Tabel 2.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu .....	16
2.	Tabel 4.1 Sarana Prasarana .....	58



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perubahan lingkungan, perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi serta sistem informasi yang semakin pesat mendorong lahirnya paradigma dunia yang tidak mengenal batas. Arus mobilisasi barang, jasa dan manusia yang juga kian pesat mengarahkan sistem perekonomian dunia ke dalam skema perekonomian dan perdagangan yang bersifat global.

Pihak pengelola perusahaan di tingkat lokal maupun internasional harus mampu mengikuti arus persaingan global yang sangat menuntut kemampuan untuk beradaptasi secara kreatif agar dapat mengantisipasi perubahan pasar yang sangat dinamis. Kemampuan tersebut dimiliki agar perusahaan yang dikelolanya dapat terus berkembang dalam jangka waktu panjang dan berkelanjutan, meskipun dihadapkan kepada gelombang persaingan bisnis.

Dari kondisi fenomena di atas, sektor bisnis yang senantiasa tetap bertahan bahkan cenderung berkembang pesat, dalam era glosasi dan perdagangan bebas adalah sektor industri jasa. Industri jasa pada saat ini merupakan sektor ekonomi yang sangat besar dan pertumbuhannya pun sangat pesat. Pertumbuhan tersebut disebabkan oleh pertumbuhan jenis jasa yang sudah ada sebelumnya juga disebabkan oleh munculnya jenis jasa baru, sebagai akibat dari tuntutan dan perkembangan zaman.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>Muhammad Adam, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2015), 5.

Dalam usaha jasa, konsumen dihadapkan dengan pemberi jasa yang mutu jasanya kurang begitu pasti dan lebih bervariasi dibandingkan dengan produk barang. Hasil akhir jasa ini akan dipengaruhi tidak saja oleh pemberi jasa tetapi juga dengan seluruh proses produksi di ruang belakang yang mau tidak mau sangat berbeda karena lebih padat karya. Dengan semakin meningkatnya persaingan dibidang jasa, perlu dipikirkan cara untuk memasarkan jasa tersebut. Kemampuan suatu perusahaan untuk menarik dan mempertahankan konsumen atau pengguna jasa adalah bukan saja dari penawaran produk itu sendiri, tetapi juga dari pelayanan yang diberikan kepada konsumen atau pengguna jasa.

Pelayanan merupakan kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa atau kebutuhan orang lain untuk memperoleh jasa. Persepsi dari pelayanan yang diterima oleh konsumen atau pengguna jasa tergantung kepada pengharapan konsumen atau pengguna jasa sendiri. Jika pelayanan yang diterima dari perusahaan lebih baik dari yang mereka harapkan maka pelayanan yang diberikan dapat dikatakan bagus. Sekiranya pelayanan yang diberikan lebih rendah dari harapan mereka, maka pelayanan yang diberikan dianggap tidak bagus atau kurang memuaskan.<sup>2</sup>

Perusahaan jasa travel adalah salah satu bidang jasa yang tidak terpisahkan dari pengelolaan kegiatan pemasaran, tujuan utama dari diterapkannya pendekatan pemasaran jasa pada travel adalah untuk memuaskan konsumennya. Tujuan tersebut dapat terwujud apabila pelayanan

---

<sup>2</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Tiga Belas* (Jakarta: PT Erlangga, 2008), 7.

yang diberikan lebih dari apa yang diharapkan oleh konsumen. Pelayanan ini tidak hanya diberikan oleh karyawan yang berhadapan langsung dengan konsumen saja namun pelayanan secara keseluruhan atau hal-hal yang terkait dengan pelayanan konsumen seperti salah satunya adalah teknologi yang memudahkan konsumen dalam memenuhi kebutuhannya.

Pada aspek pembahasan yang lebih luas, Seluruh kehidupan manusia tidak akan lepas dari nilai-nilai normatif yang berkembang di dalam kehidupan sosialnya. Termasuk dalam kegiatan berekonomi maka sistem ekonomi yang ada seharusnya melihat keterkaitan nilai-nilai normatif tersebut dalam kehidupan di mana nilai-nilai tersebutlah yang kemudian akan menentukan kebahagiaan hidup manusia baik di dunia maupun di akhirat.

Prinsip utama dalam formulasi ekonomi Islam adalah menuju masalah. Penempatan masalah sebagai prinsip utama, karena masalah merupakan konsep yang paling penting dalam syari'ah, Masalah adalah tujuan syari'ah Islam dan menjadi inti utama syari'ah Islam itu sendiri. Para ulama merumuskan maqashid syari'ah (tujuan syari'ah) adalah mewujudkan kemaslahatan. Dengan demikian, sangat tepat dan proporsional apabila masalah ditempatkan sebagai prinsip kedua dalam ekonomi Islam.<sup>3</sup>

Dengan demikian, pengembangan ekonomi Islam haruslah didasarkan kepada masalah. Karena masalah adalah saripati dari syari'ah. Para ulama menyatakan “di mana ada masalah, maka di situ ada syari'ah Allah”.

Artinya, segala sesuatu yang mengandung kemaslahatan, maka di situlah

---

<sup>3</sup>Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam Implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha* (Bandung: Alfabeta, 2003), 32.



syari'ah Allah. Dengan demikian masalah adalah konsep paling utama dalam syariat Islam.

Oleh karena itu, penerapan etika bisnis sangatlah penting dilakukan. Hal ini dilakukan bersama dengan semakin besarnya kesadaran etika dalam berbisnis, orang mulai menekankan pentingnya keterkaitan faktor-faktor etika dalam bisnis. Sesungguhnya dalam hal seluruh pelaksanaan kehidupan telah diatur dalam pandangan ajaran agama Islam untuk mengatur seluruh kehidupan manusia termasuk dalam kaitannya pelaksanaan perekonomian dan bisnis. Dalam ajaran Islam memberikan kewajiban bagi setiap muslim untuk berusaha semaksimal mungkin untuk melaksanakan syariah (aturan).

Islam dalam segala aspek kehidupan termasuk didalamnya aturan bermuamalah (usaha dan bisnis) yang merupakan jalan dalam rangka mencari kehidupan. Pada hakikatnya tujuan penerapan aturan (syariah) dalam ajaran Islam di bidang muamalah tersebut khususnya perilaku bisnis adalah agar terciptanya pendapatan (rizki) yang berkah dan mulia, sehingga akan mewujudkan pembangunan manusia yang berkeadilan dan stabilisasi untuk mencapai pemenuhan kebutuhan, kesempatan kerja penuh dan distribusi pendapatan yang merata tanpa harus mengalami ketidakseimbangan yang berkepanjangan di masyarakat.<sup>4</sup>

Namun jauh panggang dari api, para pelaku bisnis sering tidak mengindahkan etika. Nilai moral yang selaras dengan etika bisnis, misalnya toleransi, kesetiaan, kepercayaan, persamaan, emosi atau religiusitas hanya

---

<sup>4</sup>Sofyan Harahap, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Salemba Empat, 2010), 5.

dipegang oleh pelaku bisnis yang kurang berhasil dalam berbisnis. Sementara para pelaku bisnis yang sukses memegang prinsip-prinsip bisnis yang tidak bermoral, misalnya maksimalisasi laba, agresivitas, individualitas, semangat persaingan, dan manajemen konflik menyebabkan yang kaya makin kaya dan yang miskin.

Salah satu perusahaan jasa yang berkembang saat ini yaitu perusahaan jasa travel. Sama halnya dengan CV. Aرسال Wisata Nusantara yang bergerak dalam bidang jasa transportasi yang menyelenggarakan perjalanan serta bertindak sebagai perantara di dalam menjual produk dan mengurus jasa untuk melakukan perjalanan domestik. Perusahaan menawarkan produk yaitu *Umroh & Haji, Traveling Agent, Adventure, Rafting, outbond Training, Pariwisata domestic dan Luar negeri*.<sup>5</sup>

Dalam observasi pendahuluan ditemukan bahwa pemilik dan sebagian besar karyawan dari perusahaan ini adalah orang muslim. Perusahaan ini berpusat di kabupaten Jember. Lalu, saat peneliti datang tampak pelayanan yang sangat Islami dari perkenalan sampai sambutan dari *customer service*. Hal ini menjadi sebuah keunikan, saat peneliti menanyakan tentang pelayanan apa saja yang diberikan oleh perusahaan; wakil dari perusahaan tersebut memberikan penjelasan bahwa dalam semua rute perjalanan, perusahaan memberikan pelayanan untuk pemberhentian di Rumah Makan Muslim,

---

<sup>5</sup> Observasi, Website CV. Aرسال Wisata Nusantara, 10 Oktober 2016.

artinya rumah makan yang menyediakan makanan yang halal dan menyempatkan untuk beristirahat sholat isya selama 30 menit di Masjid.<sup>6</sup>

Dari hasil studi pendahuluan diatas, maka peneliti tertarik mengamati penerapan etika bisnis Islam dalam bidang praktek pelayanan jasa *tour and travel*. Sehingga peneliti mengangkat judul “Analisis Pelayanan Jasa *Tour and Travel* Perspektif Etika Bisnis Islam Di CV. Aرسال Wisata Nusantara Kabupaten Jember”.

## **B. FOKUS PENELITIAN**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut:

1. Bagaimana pelayanan jasa *tour and travel* di CV. Aرسال Wisata Nusantara kabupaten Jember dalam perspektif etika bisnis Islam?
2. Apa saja faktor pendukung pelayanan jasa *tour and travel* di CV. Aرسال Wisata Nusantara kabupaten Jember ?
3. Apa saja faktor penghambat pelayanan jasa *tour and travel* di CV. Aرسال Wisata Nusantara kabupaten Jember ?

## **C. TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan Penelitian merupakan suatu faktor penting dalam suatu penelitian, sebab tujuan ini akan memberikan gambaran tentang arah penelitian yang akan dilakukan.<sup>7</sup>

Sebagai konsekuensi dari permasalahan, maka tujuan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

<sup>6</sup> Wima Indah, *wawancara*, Jember, 10 Oktober 2016.

<sup>7</sup> Lexy J. Meleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2008), 62.

1. Untuk mendeskripsikan pelayanan jasa *tour and travel* di CV. Aرسال Wisata Nusantara kabupaten Jember dalam perspektif etika bisnis Islam.
2. Untuk mendeskripsikan faktor pendukung pelayanan jasa *tour and travel* di CV. Aرسال Wisata Nusantara kabupaten Jember.
3. Untuk mendeskripsikan faktor penghambat pelayanan jasa *tour and travel* di CV. Aرسال Wisata Nusantara kabupaten Jember.

#### **D. MANFAAT PENELITIAN**

Pada dasarnya suatu penelitian akan lebih berguna apabila dapat dipergunakan oleh semua pihak. Oleh karena itu, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi dan sumbangsih pemikiran untuk memperkaya khasanah keilmuan. Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

##### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah, memperdalam dan memperluas khazanah keilmuan yang terkait dengan pelayanan jasa *tour and travel* perspektif etika bisnis Islam.

##### **2. Manfaat Praktis**

- a. Bagi Peneliti, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengalaman dalam melakukan penelitian secara langsung dan dapat menambah wawasan pengetahuan tentang pelayanan jasa *tour and travel* perspektif etika bisnis Islam.
- b. Bagi Almamater IAIN Jember, penelitian ini diharapkan dapat menjadi koleksi kajian dan referensi tambahan penelitian tentang pelayanan jasa *tour and travel* perspektif etika bisnis Islam.

- c. Bagi CV. Arsal Wisata Nusantara, penelitian ini diharapkan menjadi sarana masukan dan evaluasi bagi *owner* (Pemilik) tentang pelayanan jasa *tour and travel* perspektif etika bisnis Islam.
- d. Bagi masyarakat luas, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan wawasan atau informasi tentang pelayanan jasa *tour and travel* perspektif etika bisnis Islam.

#### **E. DEFINISI ISTILAH**

Definisi Istilah berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian peneliti di dalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi kesalahpahaman makna istilah sebagaimana yang dimaksud oleh peneliti. Adapun istilah-istilah penting dalam judul penelitian ini sebagai berikut :

##### **1. Pelayanan Jasa Tour dan Travel**

Pelayanan Jasa Tour dan Travel adalah kegiatan yang memberi kemudahan atas kebutuhan orang lain untuk memperoleh jasa yang diberikan kepada pelanggan di bidang tour dan travel.

##### **2. Etika Bisnis Islam**

Etika Bisnis Islam adalah cara pandang dalam memahami suatu persoalan bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai Islami.

Maksud dari penelitian ini yaitu kegiatan yang memberi kemudahan atas kebutuhan orang lain untuk memperoleh jasa yang diberikan kepada pelanggan di bidang tour dan travel oleh CV. Arsal Wisata Nusantara yang ditinjau dengan cara pandang nilai-nilai Islami.

## F. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup.<sup>8</sup> Keseluruhan penulisan skripsi ini terdiri atas beberapa bab, dan setiap bab terbagi menjadi beberapa sub-bab, hal ini merupakan satu kesatuan yang bulat dan utuh. Oleh karena itu kami akan diskripsikan secara singkat mengenai keseluruhan pembahasan.

Bab I adalah pendahuluan. Bab ini berusaha memberikan gambaran secara singkat mengenai keseluruhan pembahasan sekaligus memberikan rambu-rambu untuk masuk pada bab-bab berikutnya. Bab ini dimulai dari latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah dan sistematika pembahasan.

Bab II berisi tentang penelitian terdahulu dan kerangka teoritik yang berusaha menyajikan landasan teori tentang praktek pelayanan jasa tour dan travel di CV. Arsal Wisata Nusantara dalam tinjauan Etika Bisnis Islam.

Bab III berisi metode penelitian. Dalam bab ini dibahas mengenai pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data dan tahap-tahap penelitian.

Bab IV berisi mengenai gambaran objek penelitian, penyajian dan analisis data, serta pembahasan temuan. Bagian ini adalah pemaparan data yang diperoleh di lapangan dan juga menarik kesimpulan dalam rangka menjawab masalah yang telah dirumuskan.

---

<sup>8</sup>Tim Penyusun. *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah IAIN Jember* (Jember: IAIN Jember Press, 2015), 48.

Bab V berisi tentang kesimpulan dan saran-saran. Kesimpulan ini berisi tentang berbagai temuan hasil analisa dari bab-bab sebelumnya, sedangkan saran-saran merupakan tindak lanjut dan bersifat konstruktif.

Selanjutnya skripsi ini diakhiri dengan daftar pustaka dan beberapa lampiran-lampiran sebagai pendukung pemenuhan kelengkapan data skripsi.





## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. PENELITIAN TERDAHULU

Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasan, baik penelitian yang sudah dipublikasikan atau belum dipublikasikan. Dengan melakukan langkah ini, maka akan dapat dilihat sampai sejauh mana orisionalitas dan posisi penelitian yang hendak dilakukan.<sup>9</sup>

1. Zulkipli, 2010. *“Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan Usaha Pada PT. Asuransi Syariah Mubarakah”*. Skripsi. Konsentrasi Akuntansi Syariah Program Studi Muamalat Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.<sup>10</sup>

Hasil temuan penelitian ini yaitu a) etika bisnis Islam dalam persaingan usaha asuransi syariah sebuah ketentuan dan nilai-nilai dalam persaingan usaha bisnis yang dilandasi dengan syariat Islam. Sehingga dapat memberikan batasan-batasan bagi pelaku bisnis muslim. etika bisnis Islam dalam persaingan usaha pada PT. Asuransi Syariah Mubarakah, dibagi menjadi dua, yaitu secara tersurat dan tersirat. b) Faktor dan kendala yang dihadapi lebih kearah internal, karena etika bisnis Islam lebih berkaitan mengenai perilaku yang baik di dalam kompetisi. Dampak yang selalu ada

---

<sup>9</sup>Tim Revisi IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2015), 45.

<sup>10</sup>Zulkipli, *“Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan Usaha Pada PT. Asuransi Syariah Mubarakah”*, (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2010), iv.

yaitu dampak positif dan negatif. Dampak positif yaitu asuransi syariah mubarakh dapat berjalan sesuai dengan syariat sehingga dapat menampilkan budaya dari perusahaan yang Islami, sedangkan dampak negatifnya tidak ada. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.

Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang akan dilakukan lebih menekankan pada praktek pelayanan tour dan travel dalam tinjauan etika bisnis Islam sedangkan penelitian terdahulu pembahasannya lebih pada aspek persaingan usaha pada PT Asuransi Syariah Mubarakah ditinjau dalam etika bisnis Islam. Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang akan dilakukan dan penelitian terdahulu sama-sama menggunakan tinjauan etika bisnis Islam sebagai cara pandang dalam melihat aktivitas ekonomi. Dan penelitian yang akan dilakukan dan penelitian terdahulu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif.

2. Hanni Khairani, 2015. *“Etika Bisnis Islam Tentang Manajemen Laba”*.

Skripsi. Konsentrasi Perbankan Syariah Program Studi Muamalat Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.<sup>11</sup>

Hasil temuan penelitian ini yaitu tidak ada bentuk manajemen laba yang dibolehkan menurut syariat. Dari praktek manajemen laba belum sesuai dengan ajaran agama Islam maupun prinsip-prinsip dasar Etika Bisnis

---

<sup>11</sup>Hanni Khairani, *“Etika Bisnis Islam Tentang Manajemen Laba”*, (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2015), iv.

Islam karena masih mengandung unsur penipuan, kecurangan dan *gharar* serta tidak mencerminkan perilaku-perilaku pebisnis Islami yaitu *shiddiq, amanah, tablig dan fathonah*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kepustakaan (*libaray research*).

Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang akan dilakukan lebih menekankan pada praktek pelayanan tour dan travel dalam tinjauan etika bisnis Islam sedangkan penelitian terdahulu pembahasannya lebih pada aspek manajemen laba ditinjau dalam etika bisnis Islam. Metode penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kepustakaan sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang akan dilakukan dan penelitian terdahulu sama-sama menggunakan tinjauan etika bisnis Islam sebagai cara pandang dalam melihat aktivitas ekonomi.

3. Ervan Nur Yahya, 2016. "*Manajemen Pelayanan Jamaah Umroh Dan Haji di PT. Arofah mina Tour And Travel Surabaya*". Skripsi. Program Studi Manajemen Dakwah Jurusan Dakwah Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.<sup>12</sup>

Hasil temuan penelitian ini yaitu manajemen pelayanan yang dilakukan oleh PT. Arofahmina *Tour and Travel* Surabaya yaitu telah menerapkan seluruh langkah menuju manajemen pelayanan yang baik oleh Nickles and

---

<sup>12</sup>Ervan Nur Yahya, "*Manajemen Pelayanan Jamaah Umroh Dan Haji di PT. Arofah mina Tour And Travel Surabaya*", (Skripsi, UIN Sunan Ampel, Surabaya, 2016), iv.

McHough yaitu dengan menggunakan fungsi manajemen antara lain *Planning, Organizing, Directing, Controlling*. Dimulai dari pelayanan ketika di Tanah Air, Tanah Suci, dan sekemnya dari Tanah Suci. Selain itu juga menerapkan pelayanan prima (*service excellent*) menurut Nina Rahmayanty. yaitu dengan adanya kemampuan (*ability*), sikap (*attitude*), penampilan (*appearance*), perhatian (*attantion*), tindakan (*action*), tanggung jawab (*accountability*). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif *Grounded Theory*.

Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang akan dilakukan lebih menekankan pada praktek pelayanan tour dan travel dalam tinjauan etika bisnis Islam sedangkan penelitian terdahulu pembahasannya lebih pada aspek manajemen pelayanan tour dan travel. Metode penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kualitatif *Grounded Theory* sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang akan dilakukan dan penelitian terdahulu sama-sama membahas aspek pelayanan pada tour dan travel.

**Tabel. 2.1**  
**Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Yang Dilakukan**

NO	Judul Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1	Etika Bisnis Dalam Persaingan	Penelitian yang akan dilakukan lebih menekankan pada praktek	Penelitian yang akan dilakukan dan penelitian terdahulu sama-sama

	Usaha Pada PT. Asuransi Syariah Mubarakah	pelayanan tour dan travel dalam tinjauan etika bisnis Islam sedangkan penelitian terdahulu pembahasannya lebih pada aspek persaingan usaha pada PT Asuransi Syariah Mubarakah ditinjau dalam etika bisnis Islam.	menggunakan tinjauan etika bisnis Islam sebagai cara pandang dalam melihat aktivitas ekonomi. Dan penelitian yang akan dilakukan dan penelitian terdahulu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif.
2	Etika Bisnis Islam Tentang Manajemen Laba	Penelitian yang akan dilakukan lebih menekankan pada praktek pelayanan tour dan travel dalam tinjauan etika bisnis Islam sedangkan penelitian terdahulu pembahasannya lebih pada aspek manajemen laba ditinjau dalam etika bisnis Islam. Metode penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kepustakaan sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif.	Penelitian yang akan dilakukan dan penelitian terdahulu sama-sama menggunakan tinjauan etika bisnis Islam sebagai cara pandang dalam melihat aktivitas ekonomi.
	Manajemen Pelayanan Jamaah Umroh Dan Haji di PT. Arofah mina Tour And Travel Surabaya	Penelitian yang akan dilakukan lebih menekankan pada praktek pelayanan tour dan travel dalam tinjauan etika bisnis Islam sedangkan penelitian terdahulu pembahasannya lebih pada aspek manajemen pelayanan tour dan travel. Metode penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kualitatif <i>Grounded Theory</i> sedangkan penelitian yang akan dilakukan	Penelitian yang akan dilakukan dan penelitian terdahulu sama-sama membahas aspek pelayanan pada tour dan travel.

		menggunakan metode penelitian deskriptif.	metode kualitatif	
--	--	---	-------------------	--

## B. KAJIAN TEORI

### 1. Jasa

#### a. Pengertian Jasa

Jasa sering dipandang sebagai suatu fenomena yang rumit. Kata “jasa” (*service*) itu sendiri mempunyai banyak arti, mulai dari pelayanan pribadi (*personal service*) sampai jasa sebagai suatu produk. Sejauh ini sudah banyak pakar pemasaran jasa yang berusaha mendefinisikan pengertian jasa.

Valerie A. Zeithaml dan Mary Jo Bitner, mendefinisikan jasa sebagai berikut: “*Service is all economic activities whose output is not a physical product or construction is generally consumed at that time is produced, and provides added value in forms (such as convenience, amusement, comfort or health)*<sup>13</sup>” (jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah (misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan konsumen).

Tidak jauh berbeda dengan definisi di atas, Kotler mendefinisikan jasa sebagai berikut: “Setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak

<sup>13</sup>Hamdani Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2006), 6.

berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksi jasa bisa berkaitan dengan produk fisik atau seknya'.<sup>14</sup>

Dari kedua pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa di dalam jasa selalu ada aspek interaksi antara pihak konsumen dan pihak produsen (jasa), meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak selalu menyadari. Jasa bukan suatu barang, melainkan suatu proses atau aktivitas yang tidak berwujud.

#### b. Karakteristik Jasa

Berbagai riset dan literatur manajemen dan pemasaran jasa mengungkapkan bahwa jasa memiliki empat karakteristik yang membedakan barang dan jasa yang dinamakan paradigma IHIP: *Intangibility, Heterogeneity, Inseparability, dan Perishability*.<sup>15</sup>

- 1) *Intangibility*: Jasa bersifat *intangible*, artinya jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi. Seorang konsumen jasa tidak dapat menilai hasil dari sebuah jasa sebelum ia mengalami atau mengkonsumsinya sendiri. Bila pelanggan membeli jasa tertentu, maka ia hanya menggunakan, memanfaatkan, atau menyewa jasa tersebut. Pelanggan tersebut tidak lantas memiliki jasa yang dibelinya.
- 2) *Heterogeneity*: Jasa bersifat *Heterogeneity* karena merupakan *non-standardized output*, artinya terdapat banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut

<sup>14</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Tiga Belas* (Jakarta: PT Erlangga, 2008), 7.

<sup>15</sup> Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik* (Yogyakarta: Andi, 2012), 22.



diproduksi. Sebagai contoh, dua orang yang datang ke salon yang sama dan meminta model rambut yang sama tidak akan mendapatkan hasil yang seratus persen identik (kecuali kalau keduanya minta rambutnya dibuat plontos).

3) *Inseparability*: Jasa bersifat *inseparability* artinya jasa dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama. Sedangkan barang biasanya diproduksi terlebih dahulu, kemudian dijual, baru dikonsumsi. Sebagai contoh, dokter gigi tidak dapat memproduksi jasanya tanpa kehadiran pasien. Selain hadir secara fisik dan mental, pasien bersangkutan secara aktual juga berperan sebagai co-producer dalam operasi jasa, dengan jalan menjawab pertanyaan-pertanyaan dokter dan menjelaskan gejala sakit atau kebutuhan spesifiknya.

4) *Perishability*: Jasa bersifat *perishability* artinya jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama, tidak dapat disimpan untuk pemakaian ulang di waktu datang, dijual kembali, atau dikembalikan. Sebagai contoh, kursi pesawat yang kosong, kamar hotel yang tidak dihuni, atau jam tertentu tanpa pasien di tempat praktik dokter umum akan berlalu atau hilang begitu saja karena tidak bisa disimpan.<sup>16</sup>

Sedangkan menurut Griffin karakteristik jasa adalah sebagai berikut:<sup>17</sup>

<sup>16</sup> Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik*, 22.

<sup>17</sup> Hamdani Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, 6.

- 1) *Intangibility* (tidak berwujud) : Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Nilai penting dari hal ini adalah nilai tak berwujud yang dialami konsumen dalam bentuk kenikmatan, kepuasan, atau kenyamanan.
- 2) *Unstorability* (tidak dapat disimpan) : Jasa tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari produk yang telah dihasilkan. Karakteristik ini disebut juga inseparability (tidak dapat dipisahkan), mengingat pada umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan.
- 3) *Customization* (kustomisasi) : Jasa seringkali didesain khusus untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Jadi berdasarkan pendapat para ahli di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa sifat atau karakteristik utama dari jasa adalah tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli, kemudian jasa juga tidak dapat disimpan, dan jasa memiliki banyak variasi bentuk, kualitas serta jenis tergantung pada siapa jasa tersebut dijual, hal ini disebabkan oleh kebutuhan konsumen jasa yang berbeda-beda, sehingga jasa yang dijual disesuaikan dengan permintaan konsumennya.

## **2. Kualitas Pelayanan**

### **a. Pengertian Kualitas**

Kualitas terdiri dari sejumlah keistimewaan/keunggulan produk, baik keistimewaan langsung maupun keistimewaan atraktif.

Keistimewaan langsung berkaitan dengan kepuasan nasabah yang diperoleh langsung dengan mengkonsumsi produk tersebut.

Menurut pandangan produsen, kualitas adalah kesesuaian terhadap spesifikasi, dalam hal ini produsen memberikan toleransi tertentu yang dispesifikasikan untuk atribut-atribut kritis dari setiap bagian yang dihasilkan. Dari sudut pandang konsumen, kualitas adalah nilai (value), yaitu seberapa baik suatu produk atau jasa menyediakan tujuan yang dimaksudkan dengan tingkat harga yang bersedia dibayar konsumen dalam menilai kualitas. Yang meliputi perangkat keras yang berupa wujud fisik atau peralatan, pendukung produk atau jasa, dan kesan secara psikologis.

b. Pengertian pelayanan

Menurut Payne, pelayanan adalah rasa menyenangkan atau tidak menyenangkan yang diperoleh penerima pelayanan pada saat memperoleh pelayanan. Payne juga mengatakan bahwa pelayanan pelanggan mengandung pengertian:<sup>18</sup>

- 1) Segala kegiatan yang dibutuhkan untuk menerima, memproses, menyampaikan dan memenuhi pesanan pelanggan dan untuk menindak lanjuti setiap kegiatan yang mengandung kekeliruan.
- 2) Ketepatan waktu dan reliabilitas penyampaian jasa kepada pelanggan sesuai dengan harapan mereka.

---

<sup>18</sup> Adrian Payne. *The Essence of Services Marketing, Pemasaran Jasa, edisi pertama* (Yogyakarta : Andi, 2000), 3.

- 3) Serangkaian kegiatan yang meliputi semua bidang bisnis yang terpadu untuk menyampaikan produk-produk dan jasa tersebut sedemikian rupa sehingga dipersepsikan memuaskan oleh pelanggan dan merealisasikan pencapaian tujuan-tujuan perusahaan.
- 4) Total pesanan yang masuk dan seluruh komunikasi dengan pelanggan.
- 5) Penyampaian produk kepada pelanggan tepat waktu dan akurat dengan segala tindak lanjut serta tanggapan keterangan yang akurat.<sup>19</sup>

Menurut Lewis dan Booms kualitas layanan sebagai ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan pelanggan.<sup>20</sup> Sedangkan menurut Wyckof kualitas pelayanan adalah tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan<sup>21</sup>.

Berdasarkan pendapat di atas, maka dapat disimpulkan bahwa ada faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu: jasa yang diharapkan dan jasa yang dirasakan / dipersepsikan. Apabila jasa yang dirasakan sesuai dengan jasa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan tersebut akan dipersepsikan baik atau positif. Jika jasa yang dipersepsikan melebihi jasa yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Demikian juga sebaliknya, apabila jasa yang dipersepsikan lebih jelek dibandingkan jasa yang diharapkan,

<sup>19</sup> Hamdani Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, 6.

<sup>20</sup> Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik* (Yogyakarta: Andi, 2012), 121.

<sup>21</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi, 2008), 16.

maka kualitas jasa dipersepsikan negatif / buruk. Maka naik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

c. Dimensi Kualitas Layanan Jasa

Dengan memperhatikan akan pentingnya pelayanan konsumen sebagai salah satu alat persaingan, suatu perusahaan harus mampu mengetahui lebih dahulu pengertian dari kualitas jasa (*service quality*). Secara lebih khusus Parasuraman, Zeithaml, dan Berry menyatakan penelitian telah menunjukkan bahwa pengetahuan tentang kualitas produk yang berwujud barang tidaklah memadai untuk memahami kualitas jasa, yang memang lebih sedikit literturnya. Sedikit materi yang membahas kualitas jasa disebabkan karena .<sup>22</sup>

- 1) Kualitas jasa sangat sulit untuk dievaluasi dibandingkan dengan kualitas barang.
- 2) Kualitas jasa merupakan perbandingan hasil dari pandangan konsumen antara harapan dan kenyataan.
- 3) Evaluasi kualitas tidak dibuat semata-mata untuk menjadikan suatu service, tetapi juga meliputi proses evaluasi jasa pelayanan.

Dari pengertian tersebut diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa ada beberapa hal penting tentang pengertian kualitas pelayanan, yaitu

---

<sup>22</sup> Johannes Supranto, *Metode Riset Aplikasinya dalam Pemasaran* (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), 394.

- 1) Kualitas pelayanan lebih sulit dievaluasi konsumen dibanding dengan mengevaluasi barang berwujud, dan kriteria untuk mengevaluasinya akan lebih sulit pula untuk ditentukan.
- 2) Konsumen tidak saja akan mengevaluasi kualitas pelayanan yang diberikan berdasarkan hasil akhirnya saja, melainkan juga akan menilai bagaimana proses penyampaian yang dilakukan.
- 3) Kriteria dalam menentukan kualitas pelayanan tersebut akhirnya dikemkan kepada konsumen sendiri. Pandangan terhadap suatu kualitas pelayanan, akan dimulai dari bagaimana pemberi pelayanan itu dapat memenuhi harapan konsumen, kemudian dilanjutkan dengan bagaimana seharusnya pemberi pelayanan tersebut menampilkan performanya.

Berdasarkan pandangan tersebut diatas, pemberi pelayanan seharusnya mempunyai bagian pelayanan umum dalam organisasinya, dengan harapan agar memungkinkan konsumen dapat menyampaikan keluhannya untuk ditanggapi dengan baik. Selanjutnya hasil evaluasi dari tanggapan konsumen tersebut dapat berguna dalam memperbaiki pelayanan kepada konsumen yang dimaksud.

Dalam meneliti persepsi dan tingkat kepentingan (harapan) konsumen, ada 5 (lima) dimensi yang digunakan dalam menentukan kualitas pelayanan, yaitu<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup> Johannes Supranto, *Metode Riset Aplikasinya dalam Pemasaran*, 395.

- 1) Dapat dipercaya (*Reliability*), yaitu kemampuan untuk melaksanakan pelayanan yang telah dijanjikan secara akurat. Hal itu meliputi pelayanan pada waktu yang telah direncanakan atau ditetapkan, akurat dalam perhitungan dan menjaga pelayanan dengan baik dan benar.
- 2) Cepat tanggap (*Responsiveness*), yaitu tanggapan yang cepat dalam memberi bantuan kepada konsumen dan melaksanakan pelayanan tersebut secara layak. Hal itu meliputi pemberian pelayanan secara cepat dan tepat dan mengatur perjanjian atau penerimaan pasien dengan cepat dan benar.
- 3) Jaminan (*Assurance*), yaitu pengetahuan dan keramahan karyawan serta kemampuan mereka untuk meningkatkan kepercayaan dan keyakinan atau tingkat pengetahuan dan tingkat kesopan santunan yang harus dimiliki karyawan di samping kemampuan mereka menawarkan kepercayaan dan rasa percaya diri pada pihak konsumen.
- 4) Empati (*Empathy*), yaitu kepedulian dan pemberian perhatian secara individu kepada konsumen. Termasuk di dalamnya adalah mengerti apa yang diinginkan konsumen. Hal itu meliputi kegiatan mempelajari keinginan konsumen, memberikan perhatian secara individu kepada konsumen dan mengenal lebih dekat.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> Johannes Supranto, *Metode Riset Aplikasinya dalam Pemasaran*, 395.

5) Yang berwujud (*Tangibles*), yaitu penampilan dari fasilitas fisik, peralatan, personal, dan alat-alat komunikasi. Hal itu meliputi penampilan karyawan, fasilitas fisik, peralatan dan perlengkapan yang digunakan dalam pelayanan. *Tangible* ini merupakan wujud dari suatu *service* atau jasa mulai dari bangunan, interior, seragam petugas atau pegawai perusahaan, perabot yang dipakai, dan sebagainya yang berwujud.

Ada beberapa faktor yang termasuk didalam kriteria-kriteria penilaian kualitas pelayanan tersebut diatas, yaitu

- 1) Kriteria *reliability* atau kehandalan dari sebuah perusahaan penyedia jasa antara lain meliputi faktor-faktor :<sup>25</sup>
  - a) Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk menepati janji sesuai dengan pelayanan tertentu yang telah dijanjikan.
  - b) Keinginan perusahaan penyedia jasa untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi pelanggan dengan tulus dan sungguh-sungguh.
  - c) Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk memberikan pelayanan yang tepat dan akurat sehingga langsung dapat dirasakan manfaatnya.
  - d) Terdapat keinginan perusahaan penyedia jasa untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan pelanggan.

---

<sup>25</sup> Muhammad Adam, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2015), 14.



- e) Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk semaksimal mungkin menghindari kesalahan yang dapat terjadi didalam memberikan pelayanan.
- 2) Kriteria *responsiveness* atau responsif dari sebuah perusahaan penyedia jasa antara lain meliputi faktor-faktor :<sup>26</sup>
- a) Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk memberikan penjelasan yang benar atas pelayanan yang diberikan dan pertanyaan yang dilontarkan oleh pelanggan.
  - b) Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk melakukan pelayanan dengan cepat dan tanggap.
  - c) Keinginan perusahaan penyedia jasa untuk dapat menolong pelanggan dengan permasalahannya.
  - d) Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk memberikan pelayanan yang baik secara kontinyu.
- 3) Kriteria *assurance* atau jaminan dari sebuah perusahaan penyedia jasa antara lain meliputi faktor-faktor :
- a) Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk menumbuhkan kepercayaan dan rasa percaya diri pada pelanggannya.
  - b) Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk memberikan jaminan atau garansi terhadap pekerjaannya.
  - c) Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk memberikan pelayanan dengan sopan santun dan ramah.

---

<sup>26</sup> Muhammad Adam, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2015), 14- 15.

- d) Kemampuan yang dimiliki perusahaan penyedia jasa untuk memberikan pelayanan dan menjawab pertanyaan pelanggan dengan baik dan benar berdasarkan pengetahuan yang dimiliki perusahaan.
- 4) Kriteria empathy atau empati dari sebuah perusahaan penyedia jasa antara lain meliputi faktor-faktor :<sup>27</sup>
- a) Kesiediaan perusahaan jasa untuk memberikan perhatian secara individual atau perorangan kepada pelanggannya.
  - b) Perusahaan penyedia jasa untuk memiliki jam kerja yang sesuai atau cocok dengan semua pelanggannya.
  - c) Kesiediaan dari perusahaan penyedia jasa untuk memberikan penjelasan atau perhatian secara pribadi kepada pelanggan mengenai pelayanan yang diberikan.
  - d) Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk menarik minat pelanggan untuk menggunakan jasa pelayanannya.
  - e) Kesiediaan perusahaan penyedia jasa untuk mendengarkan keluhan-keluhan atau keinginan-keinginan yang spesifik mengenai pelayanan yang diberikan.
- 5) Kriteria tangibles atau berwujud dari sebuah perusahaan penyedia jasa antara lain meliputi faktor-faktor :
- a) Peralatan atau mesin-mesin yang digunakan dalam melakukan pelayanan cukup modern dan dapat diandalkan.

---

<sup>27</sup> Muhammad Adam, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2015), 15.

- b) Penampilan fisik dari bangunan yang menarik dan mampu mendukung proses pelayanan terhadap pelanggan.
- c) Pakaian yang dikenakan karyawan perusahaan penyedia jasa cukup rapi, pantas dan sopan untuk digunakan dalam memberikan pelayanan.
- d) Lokasi yang cukup mudah untuk dicapai oleh pelanggan dan letak peralatan yang mampu mendukung proses pelayanan.<sup>28</sup>

### 3. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Ada beberapa metode yang dapat dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya (juga pelanggan perusahaan pesaing). Kotler mengemukakan 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu<sup>29</sup>

#### a. *Complaint and Suggestion System* (Sistem keluhan dan saran)

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan (*customer oriented*) perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang biasa digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan di tempat strategi-strategi, menyediakan kartu komentar (yang bisa diisi langsung ataupun yang bisa dikirimkan via pos kepada perusahaan), menyediakan saluran telepon khusus (*customer hotline*), dll.

<sup>28</sup> Muhammad Adam, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2015), 16.

<sup>29</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi, 2008), 148.

Informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga kepada perusahaan, sehingga memungkinkannya untuk memberikan respon secara cepat dan tanggap terhadap setiap masalah yang timbul.

b. *Customer Satisfaction Survey* (Survei kepuasan pelanggan)

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan menggunakan metode survey, baik melalui pos ataupun telepon maupun wawancara pribadi. Melalui survey, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan k secara langsung dari pelanggan dan sekaligus juga memberikan tanda (signall) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

c. *Ghost shopping* (Pembeli bayangan)

Metode ini dilaksanakan dengan cara memperkerjakan beberapa orang (*ghostshopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan pesaing. Lalu *ghost shopper* tersebut menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga dapat mengamati atau menilai cara dan pesaingnya menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani setiap keluhan.<sup>30</sup>

---

<sup>30</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi, 2008), 149.

d. *Lost customer analysis* (Analisis pelanggan yang lari)

Metode ini sedikit unik. Perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok. Yang diharapkan adalah akan diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut.<sup>31</sup>

#### 4. Etika Bisnis Islam

##### a. Definisi Etika

Secara etimologi, kata etika berasal dari bahasa Yunani yaitu *ethos* yang berarti sikap, cara berpikir, watak kesusilaan atau adat. Kata ini identik dengan perkataan moral yang berasal dari kata *mos* yang dalam bentuk jamaknya *mores* yang berarti juga adat atau cara hidup. Etika dan moral memiliki arti yang sama, namun dalam pemakaian sehari-harinya ada sedikit perbedaan.

Menurut K. Bertens dalam buku Etika, merumuskan pengertian etika kepada tiga pengertian ; Pertama, etika digunakan dalam pengertian nilai-nilai dan norma-norma moral yang menjadi pegangan bagi seseorang atau suatu kelompok dalam mengatur tingkah lakunya. Kedua, etika dalam pengertian kumpulan asas atau nilai-nilai moral atau kode etik. Ketiga, etika sebagai ilmu tentang baik dan buruk.<sup>32</sup>

Etika dapat didefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dari yang buruk. Etika bisnis, kadangkala merujuk pada etika manajemen atau etika organisasi, yang sederhana

<sup>31</sup>Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi, 2008), 148.

<sup>32</sup>K. Bertens, *ETIKA* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Media, 2011), 4.

membatasi kerangka acuannya pada konsepsi sebuah organisasi. Secara sederhana mempelajari etika dalam bisnis berarti mempelajari tentang mana yang baik atau buruk, benar atau salah dalam dunia bisnis berdasarkan kepada prinsip-prinsip moralitas.

Jadi dapat dikatakan etika adalah ajaran atau ilmu tentang adat kebiasaan yang berkenaan dengan kebiasaan baik dan buruk, yang diterima umum mengenai sikap, perbuatan, kewajiban dan sebagainya.

b. Etika bisnis

Etika bisnis merupakan salah satu bagian dari prinsip etika yang diterapkan dalam dunia bisnis. Epstein menyatakan etika bisnis sebagai sebuah perpektif analisis etika di dalam bisnis yang menghasilkan sebuah proses dan sebuah kerangka kerja untuk membatasi dan mengevaluasi tindakan-tindakan individu, organisasi dan terkadang masyarakat sosial.

Etika bisnis adalah aturan main prinsip dalam organisasi yang menjadi pedoma membuat keputusan dan tingkah laku. Etika bisnis adalah etika pelaku bisnis, bisa saja manajer, karyawan, konsumen dan masyarakat. Sebagai cabang filsafat etika, maka etika bisnis tidak lain merupakan penerapan prinsip-prinsip etika dengan pendekatan filsafat dalam kegiatan dan program bisnis.<sup>33</sup>

Etika bisnis, kadangkala merujuk pada etika manajemen atau etika organisasi, yang sederhana membatasi kerangka acuannya pada

---

<sup>33</sup> A. Sonny Keraf, *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya* ( Yogyakarta: Kanisius, 1998), 3.

konsepsi sebuah organisasi. Secara sederhana mempelajari etika dalam bisnis berarti mempelajari tentang mana yang baik atau buruk, benar atau salah dalam dunia bisnis berdasarkan kepada prinsip-prinsip moralitas.

A. Sonny Keraf, mengatakan, “Jika bisnis tidak punya etika, apa gunanya kita berbicara mengenai etika dan apa pula gunanya kita berusaha merumuskan berbagai prinsip moral yang dapat dipakai dalam bidang kegiatan yang bernama bisnis. Paling tidak adalah tugas etika bisnis untuk pertama-tama memperlihatkan bahwa memang bisnis perlu etika, bukan hanya berdasarkan tuntutan etis belaka melainkan juga berdasarkan tuntutan kelangsungan bisnis itu sendiri. Etika bersama agama berkaitan erat dengan manusia, tentang upaya pengaturan kehidupan dan perilakunya. Islam meletakkan “Teks Suci” sebagai dasar kebenaran, sedangkan filsafat Barat meletakkan “Akal” sebagai dasar.”<sup>34</sup>

### c. Etika Bisnis dalam Islam

Dalam kaitannya dengan paradigma Islam tentang etika bisnis, maka landasan filosofis yang harus dibangun dalam pribadi muslim adalah adanya konsepsi hubungan manusia dengan manusia dan lingkungannya, serta hubungan manusia dengan Tuhannya.<sup>35</sup> Pada dasarnya, etika berpengaruh terhadap para pelaku bisnis, terutama dalam hal kepribadian, tindakan dan perilakunya. Etika ialah teori

<sup>34</sup> A. Sonny Keraf, *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya* (Yogyakarta: Kanisius, 1998), 55.

<sup>35</sup> Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013), 97.

tentang perilaku perbuatan manusia, dipandang dari nilai baik dan buruk, sejauh yang dapat ditentukan oleh akal. Etika lebih bersifat teori yang membicarakan bagaimana seharusnya, sedangkan moral lebih bersifat praktik yang membicarakan bagaimana adanya. Etika lebih kepada menyelidik, memikirkan dan mempertimbangkan tentang yang baik dan buruk sedangkan moral menyatakan ukuran yang baik tentang tindakan manusia dalam kesatuan sosial tertentu.

Sejumlah pedoman umum menuntun kode etik Islam dalam hubungannya dengan kehidupan sehari-hari maupun dalam bisnis. Kaum muslim dituntut untuk bertindak secara Islami dalam bisnis mereka karena Allah SWT akan menjadi saksi dalam setiap transaksi yang mereka lakukan. Secara prinsip aktifitas bisnis didalam Islam tidak boleh lepas dari nilai-nilai spiritual. sebagaimana aktifitas bisnis tidak dapat terpisahkan dari nilai-nilai akhlaqi. Sehingga antara agama, etika dan bisnis saling berkaitan antara satu sama lain. Dalam hal ini bisnis yang menguntungkan adalah bisnis yang sesuai dengan ajaran Qur'ani yaitu yang didalamnya terdapat kolaborasi antara bisnis, etika dan agama.

Sedangkan kata bisnis dalam Al-Qur'an biasanya yang digunakan *al-tijarah*, *al-bai'*, *tadayantum*, dan *isy tara*. Tetapi yang seringkali digunakan yaitu *al-tijarah* dan dalam bahasa arab *tijaraha*, berawal dari kata dasar t-j-r, *tajara*, *tajran wa tijarata*, yang bermakna berdagang atau berniaga. *At-tijaratun walmutjar* yaitu perdagangan,



perniagaan (menurut kamus al-munawwir). Bisnis dapat diartikan dengan usaha yang dilakukan perusahaan dengan menyediakan produk barang atau jasa dengan tujuan memperoleh nilai lebih atau laba. Dalam sistem kapitalis bisnis dijalankan untuk mendapatkan laba bagi pemilik yang juga bebas untuk menjalankannya. Namun konsumen juga memiliki kebebasan untuk memilih. Untuk itu harus diperhitungkan apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen.<sup>36</sup>

Oleh sebab itu, seorang ekonom/pembisnis Islam harus menjauhkan aktivitas ekonomi dan bisnisnya dari perbuatan memiliki unsur riba. Dan jangan berharap dengan melakukan transaksi riba uang atau hartanya akan bertambah. Dasar hukum berbisnis yaitu<sup>37</sup>

1) Al-Baqarah : 282

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ  
 وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ ۚ وَلَا يَأْبَ كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا  
 عَلَّمَهُ اللَّهُ ۚ فَلْيَكْتُبْ وَلْيَمْلِكِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا  
 يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْئًا ۚ فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا  
 يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمِلَّ هُوَ فَلْيَمْلِكْ وَلِيُّهُ بِالْعَدْلِ ۚ وَأَسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ  
 رِّجَالِكُمْ ۖ فَإِنْ لَّمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتَانِ مِمَّن تَرْضَوْنَ مِنَ  
 الشُّهَدَاءِ أَنْ تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكَّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَىٰ ۚ وَلَا يَأْبَ

<sup>36</sup> Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2013), 7.

<sup>37</sup> Veitzal Rivai, Arifiandy, dan Marissa, *Islamic Transaction Law In Business Dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), 466.

الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا<sup>ج</sup> وَلَا تَسْمُوا<sup>ج</sup> أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ  
 أَجْلِهِ<sup>ج</sup> ذَلِكَم أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمُ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا<sup>ط</sup> إِلَّا أَنْ  
 تَكُونَ تِجْرَةً حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا  
 تَكْتُبُوهَا وَأَشْهَدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ<sup>ج</sup> وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ وَإِنْ تَفَعَّلُوا  
 فَإِنَّهُ فُسُوقٌ بِكُمْ<sup>ط</sup> وَاتَّقُوا اللَّهَ وَيُعَلِّمُكُمُ اللَّهُ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Yang artinya: Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, meka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya. jika yang berhutang itu orang yang lemah akalnya atau lemah (keadaannya) atau Dia sendiri tidak mampu mengimlakkan, Maka hendaklah walinya mengimlakkan dengan jujur. dan persaksikanlah dengan dua orang saksi dari orang-orang lelaki (di antaramu). Jika tak ada dua orang lelaki, Maka (boleh) seorang lelaki dan dua orang perempuan dari saksi-saksi yang kamu ridhai, supaya jika seorang lupa Maka yang seorang mengingatkannya. janganlah saksi-saksi itu enggan (memberi keterangan) apabila mereka dipanggil; dan janganlah kamu jemu menulis hutang itu, baik kecil maupun besar sampai batas waktu membayarnya. yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah dan lebih menguatkan persaksian dan lebih dekat kepada tidak (menimbulkan) keraguanmu. (Tulislah mu'amalahmu itu), kecuali jika mu'amalah itu perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, Maka tidak ada dosa bagi kamu, (jika) kamu tidak menulisnya. dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli; dan janganlah penulis dan saksi saling sulit menyulitkan. jika kamu lakukan (yang demikian), Maka Sesungguhnya hal itu adalah suatu kefasikan pada dirimu. dan bertakwalah kepada Allah; Allah mengajarmu; dan Allah Maha mengetahui segala sesuatu.<sup>38</sup>

<sup>38</sup>QS. 2:282.

## 2) An-Nisa' : 29

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ  
تَكُونَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ

رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Yang artinya :Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. Larangan membunuh diri sendiri mencakup juga larangan membunuh orang lain, sebab membunuh orang lain berarti membunuh diri sendiri, karena umat merupakan suatu kesatuan.<sup>39</sup>

## 3) At-Taubah : 24

قُلْ إِنْ كَانَ ءَابَاؤُكُمْ وَأَبْنَاؤُكُمْ وَإِخْوَانُكُمْ وَأَزْوَاجُكُمْ وَعَشِيرَتُكُمْ  
وَأَمْوَالٌ أُقْتَرَفْتُمُوهَا وَتِجْرَةٌ تَخْشَوْنَ كَسَادَهَا وَمَسَاكِنُ تَرْضَوْنَهَا أَحَبَّ  
إِلَيْكُمْ مِّنْ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَجِهَادٍ فِي سَبِيلِهِ فَتَرَبَّصُوا حَتَّى يَأْتِيَ  
اللَّهُ بِأَمْرِهِ ۗ وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْفَاسِقِينَ ﴿٢٤﴾

Yang artinya: Katakanlah: "Jika bapa-bapa, anak-anak, saudara-saudara, isteri-isteri, kaum keluargamu, harta kekayaan yang kamu usahakan, perniagaan yang kamu khawatiri kerugiannya, dan tempat tinggal yang kamu sukai, adalah lebih kamu cintai dari Allah dan RasulNya dan dari berjihad di jalan nya, Maka tunggulah sampai Allah mendatangkan keputusan NYA". dan Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang yang fasik.<sup>40</sup>

<sup>39</sup>QS. 4:29.

<sup>40</sup>QS. 9:24.

## 4) An-Nur : 37

رَجَالٌ لَا تُلِهِمْ تِجَارَةٌ وَلَا بَيْعٌ عَن ذِكْرِ اللَّهِ وَإِقَامِ الصَّلَاةِ وَإِيتَاءِ الزَّكَاةِ  
يَخَافُونَ يَوْمًا تَتَقَلَّبُ فِيهِ الْقُلُوبُ وَالْأَبْصَارُ ﴿٣٧﴾

Yang artinya : laki-laki yang tidak dilalaikan oleh perniagaan dan tidak (pula) oleh jual beli dari mengingati Allah, dan (dari) mendirikan sembahyang, dan (dari) membayarkan zakat. mereka takut kepada suatu hari yang (di hari itu) hati dan penglihatan menjadi goncang.<sup>41</sup>

## 5) As Shaff : 10

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا هَلْ أَدُلُّكُمْ عَلَىٰ تِجَارَةٍ تُنَجِّيكُمْ مِّنْ عَذَابٍ أَلِيمٍ ﴿١٠﴾

Yang artinya : Hai orang-orang yang beriman, sukakah kamu aku tunjukkan suatu perniagaan yang dapat menyelamatkanmu dari azab yang pedih?<sup>42</sup>

Rasulullah SAW sangat banyak memberikan petunjuk mengenai etika bisnis, di antaranya ialah:<sup>43</sup>

- 1) Bahwa prinsip esensial dalam bisnis adalah kejujuran. Dalam doktrin Islam, kejujuran merupakan syarat paling mendasar dalam kegiatan bisnis. Rasulullah sangat intens menganjurkan kejujuran dalam aktivitas bisnis. Dalam hal ini, beliau bersabda: “Tidak dibenarkan seorang muslim menjual satu jualan yang mempunyai aib, kecuali ia menjelaskan aibnya” (H.R. Al-Quzwani). “Siapa yang menipu kami, maka dia bukan kelompok kami” (H.R. Muslim). Rasulullah sendiri selalu bersikap jujur dalam berbisnis.

<sup>41</sup> QS. 24:37.

<sup>42</sup> QS. 61:10.

<sup>43</sup> Veitzal Rivai, Arifiandy, dan Marissa, *Islamic Transaction Law In Business Dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), 360.

Beliau melarang para pedagang meletakkan barang busuk di sebelah bawah dan barang baru di bagian atas.

- 2) Kesadaran tentang signifikansi sosial kegiatan bisnis. Pelaku bisnis menurut Islam, tidak hanya sekedar mengejar keuntungan sebanyak-banyaknya, sebagaimana yang diajarkan Bapak ekonomi kapitalis, Adam Smith, tetapi juga berorientasi kepada sikap *ta'awun* (menolong orang lain) sebagai implikasi sosial kegiatan bisnis. Tegasnya, berbisnis, bukan mencari untung material semata, tetapi didasari kesadaran memberi kemudahan bagi orang lain dengan menjual barang.
- 3) Tidak melakukan sumpah palsu. Nabi Muhammad saw sangat intens melarang para pelaku bisnis melakukan sumpah palsu dalam melakukan transaksi bisnis Dalam sebuah hadis riwayat Bukhari, Nabi bersabda, “Dengan melakukan sumpah palsu, barang-barang memang terjual, tetapi hasilnya tidak berkah”. Dalam hadis riwayat Abu Zar, Rasulullah saw mengancam dengan azab yang pedih bagi orang yang bersumpah palsu dalam bisnis, dan Allah tidak akan memperdulikannya nanti di hari kiamat (H.R. Muslim). Praktek sumpah palsu dalam kegiatan bisnis saat ini sering dilakukan, karena dapat meyakinkan pembeli, dan pada gilirannya meningkatkan daya beli atau pemasaran. Namun, harus disadari, bahwa meskipun keuntungan yang diperoleh berlimpah, tetapi hasilnya tidak berkah.

- 4) Ramah-tamah. Seorang pelaku bisnis, harus bersikap ramah dalam melakukan bisnis. Nabi Muhammad Saw mengatakan, “Allah merahmati seseorang yang ramah dan toleran dalam berbisnis” (H.R. Bukhari dan Tarmizi).
- 5) Tidak boleh berpura-pura menawar dengan harga tinggi, agar orang lain tertarik membeli dengan harga tersebut. Sabda Nabi Muhammad, “Janganlah kalian melakukan bisnis *najsya* (seorang pembeli tertentu, berkolusi dengan penjual untuk menaikkan harga, bukan dengan niat untuk membeli, tetapi agar menarik orang lain untuk membeli).
- 6) Tidak boleh menjelekkkan bisnis orang lain, agar orang membeli kepadanya. Nabi Muhammad Saw bersabda, “Janganlah seseorang di antara kalian menjual dengan maksud untuk menjelekkkan apa yang dijual oleh orang lain” (H.R. Muttafaq ‘alaih).
- 7) Bisnis tidak boleh mengganggu kegiatan ibadah kepada Allah. Firman Allah, “Orang yang tidak dilalaikan oleh bisnis lantaran mengingat Allah, dan dari mendirikan shalat dan membayar zakat. Mereka takut kepada suatu hari yang hari itu, hati dan penglihatan menjadi goncang”.Membayar upah sebelum kering keringat karyawan. Nabi Muhammad Saw bersabda, “Berikanlah upah kepada karyawan, sebelum kering keringatnya”. Hadist ini mengindikasikan bahwa pembayaran upah tidak boleh ditunda-tunda. Pembayaran upah harus sesuai dengan kerja yang dilakukan.

- 8) Tidak monopoli. Salah satu keburukan sistem ekonomi kapitalis ialah melegitimasi monopoli dan oligopoli. Contoh yang sederhana adalah eksploitasi (penguasaan) individu tertentu atas hak milik sosial, seperti air, udara dan tanah dan kandungan isinya seperti barang tambang dan mineral. Individu tersebut mengeruk keuntungan secara pribadi, tanpa memberi kesempatan kepada orang lain. Ini dilarang dalam Islam.
- 9) Tidak boleh melakukan bisnis dalam kondisi eksisnya bahaya (*mudharat*) yang dapat merugikan dan merusak kehidupan individu dan sosial. Misalnya, larangan melakukan bisnis senjata di saat terjadi *chaos* (kekacauan) politik. Tidak boleh menjual barang halal, seperti anggur kepada produsen minuman keras, karena ia diduga keras, mengolahnya menjadi miras. Semua bentuk bisnis tersebut dilarang Islam karena dapat merusak esensi hubungan sosial yang justru harus dijaga dan diperhatikan secara cermat.
- 10) Komoditi bisnis yang dijual adalah barang yang suci dan halal, bukan barang yang haram, seperti babi, anjing, minuman keras, ekstasi, dsb. Nabi Muhammad Saw bersabda, “Sesungguhnya Allah mengharamkan bisnis miras, bangkai, babi dan “patung-patung” (H.R. Jabir).
- 11) Bisnis dilakukan dengan suka rela, tanpa paksaan. Firman Allah dalam surat An-Nisa ayat 29 menyebutkan:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ  
تَكُونَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ

رَحِيمًا ﴿٢٤﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan cara yang batil, kecuali dengan jalan bisnis yang berlaku dengan suka-sama suka di antara kamu”.<sup>44</sup>

12) Segera melunasi kredit yang menjadi kewajibannya. Rasulullah memuji seorang muslim yang memiliki perhatian serius dalam pelunasan hutangnya. Sabda Nabi Saw, “Sebaik-baik kamu, adalah orang yang paling segera membayar hutangnya” (H.R. Hakim).

13) Memberi tenggang waktu apabila pengutang (kreditor) belum mampu membayar. Sabda Nabi Saw, “Barang siapa yang menanggungkan orang yang kesulitan membayar hutang atau membebaskannya, Allah akan memberinya naungan di bawah naunganNya pada hari yang tak ada naungan kecuali naunganNya” (H.R. Muslim).

14) Bahwa bisnis yang dilaksanakan bersih dari unsur riba. Firman Allah dalam al-Qur’an surat al-Baqarah ayat 278 yang berbunyi:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ

مُؤْمِنِينَ ﴿٢٧٨﴾

<sup>44</sup> QS. 4: 29.



Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, tinggalkanlah sisa-sisa riba jika kamu beriman”.<sup>45</sup>

Dan Pelaku dan pemakan riba dinilai Allah sebagai orang yang kesetanan, Firman Allah dalam al-Qur’an surat al-Baqarah ayat 275 yang berbunyi:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي  
يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ  
الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ  
فَأْتَتْهُ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ  
أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya : Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka Berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah Telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang Telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang Telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.<sup>46</sup>

<sup>45</sup> QS. 2: 278.

<sup>46</sup> QS. 2: 275.

d. Ketentuan Umum Etika Bisnis Dalam Ekonomi Islam<sup>47</sup>

1) Kesatuan (*Tauhid/Unity*)

Dalam hal ini adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan yang homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh.

Dari konsep ini maka Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula maka etika dan bisnis menjadi terpadu, vertikal maupun horisontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam.

2) Keseimbangan (*Equilibrium/Adil*)

Islam sangat mengajurkan untuk berbuat adil dalam berbisnis, dan melarang berbuat curang atau berlaku dzalim. Rasulullah diutus Allah untuk membangun keadilan. Kecelakaan besar bagi orang yang berbuat curang, yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain meminta untuk dipenuhi, sementara kalau menakar atau menimbang untuk orang selalu dikurangi.

Kecurangan dalam berbisnis pertanda kehancuran bisnis tersebut, karena kunci keberhasilan bisnis adalah kepercayaan. Al-

<sup>47</sup> Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013), 45.

Qur'an memerintahkan kepada kaum muslimin untuk menimbang dan mengukur dengan cara yang benar dan jangan sampai melakukan kecurangan dalam bentuk pengurangan takaran dan timbangan. Allah berfirman dalam Al-Qur'an Surat al-Isra' ayat 35 yang berbunyi:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۚ ذَٰلِكَ خَيْرٌ  
وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ﴿٣٥﴾

Artinya: “Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya”.<sup>48</sup>

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil,tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Surat Al-Maidah: 8 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا  
يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ ءَلَّا تَعْدِلُوا ۚ اَعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ  
لِلتَّقْوَىٰ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿٨﴾

Artinya: “Hai orang-orang beriman,hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah SWT,menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-sekali kebencianmu terhadap suatu kaum mendorong kamu untuk berlaku tidak adil.Berlaku adillah karena adil lebih dekat dengan takwa”.<sup>49</sup>

<sup>48</sup>QS. 13: 35.

<sup>49</sup>QS. 5: 8.

### 3) Kehendak Bebas (*Free Will*)

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya.

Kecenderungan manusia untuk terus menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tak terbatas dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakatnya melalui zakat, infak dan sedekah.

### 4) Tanggungjawab (*Responsibility*)

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas. Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya.<sup>50</sup>

### 5) Kebenaran: kebajikan dan kejujuran

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula dua unsur yaitu

<sup>50</sup> Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013), 46.

kebaikan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan.

Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis.<sup>51</sup>



---

<sup>51</sup> Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013), 47.

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Secara umum metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.<sup>47</sup> Salah satu komponen penting dalam penelitian adalah mengenai metode. Dengan menggunakan metode yang tepat, maka penelitian bisa dilakukan dengan mudah dan lebih terarah sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Adapun dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena, tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian yakni seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan. Di sini subjek dipandang secara holistik (menyeluruh) dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode.<sup>48</sup>

Sedangkan jenis penelitian ini berbentuk penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang diupayakan untuk mengamati permasalahan secara sistematis dan akurat mengenai fakta dan sifat obyek tertentu. Penelitian deskriptif bertujuan untuk memaparkan, menggambarkan, dan memetakan fakta-fakta berdasarkan cara pandang atau kerangka berfikir tertentu. Metode ini berusaha menggambarkan dan menginterpretasikan kondisi, pendapat yang

---

<sup>47</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan "Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D"* (Bandung: Alfabeta, 2010), 3.

<sup>48</sup>Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2008), 6.

berkembang, proses yang sedang berlangsung, efek yang terjadi atau kecenderungan yang tengah berkembang.<sup>49</sup>

Selain itu, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif karena peneliti ingin melakukan penelitian secara terperinci dan mendalam terhadap tinjauan etika bisnis Islam dalam praktek pelayanan jasa *tour and travel* di CV. Arsal Wisata Nusantara Kabupaten Jember tahun 2016.

## **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian merupakan tempat yang akan dijadikan sebagai lapangan penelitian atau tempat dimana penelitian tersebut hendak dilakukan. Wilayah penelitian biasanya berisi tentang lokasi (Desa, Organisasi, Peristiwa, teks dan sebagainya).<sup>50</sup> Adapun lokasi penelitian CV. Arsal Wisata Nusantara bertempat di Kompleks Perumahan Tegal Besar Blok A No. 9 Kabupaten Jember .

Adapun alasan pemilihan lokasi penelitian yaitu

1. CV. Arsal Wisata Nusantara merupakan perusahaan yang baru berdiri
2. CV. Arsal Wisata Nusantara memiliki pelayanan yang menerapkan etika bisnis Islam.

## **C. Subyek Penelitian**

Dalam menentukan subjek penelitian, peneliti menggunakan tehnik *Purposive Sampling* untuk menentukan siapa yang menjadi sumber data yang peneliti tuju. *Purposive Sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang

---

<sup>49</sup>Mahmud, *Metode penelitian pendidikan* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2011), 100.

<sup>50</sup>Tim Revisi, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah* (Jember: IAIN Press, 2015), 46.

tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin orang tersebut seorang penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek atau situasi sosial yang diteliti.<sup>51</sup>

Subjek yang dijadikan informan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. *Owner CV. Aرسال Wisata Nusantara*
2. *Manager CV. Aرسال Wisata Nusantara*
3. *Karyawan CV. Aرسال Wisata Nusantara*
4. *Konsumen CV. Aرسال Wisata Nusantara*

#### **D. Teknik Pengumpulan data**

Untuk mendapatkan data yang relevan dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian, maka data yang dikumpulkan haruslah *representative*. Ketepatan dalam memilih metode memungkinkan diperolehnya data yang objektif dan sangat menunjang keberhasilan penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Metode observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi partisipatif di mana dalam observasi ini peneliti terlibat dalam kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Dengan menggunakan observasi partisipan ini, maka data yang diperoleh akan lebih lengkap, tajam, dan sampai

---

<sup>51</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011), 218.



mengetahui pada tingkat makna dari setiap perilaku yang nampak. Metode observasi ini digunakan untuk memperoleh data.<sup>52</sup>

Melalui metode observasi ini, data yang diperoleh adalah data utama untuk mengetahui secara langsung:

- a. Sejarah Berdirinya CV. Aرسال Wisata Nusantara.
- b. Letak geografis CV. Aرسال Wisata Nusantara.
- c. Praktek pelayanan jasa *tour and travel* di CV. Aرسال Wisata Nusantara

## 2. Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan ini dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.<sup>53</sup>

Dalam tehnik ini peneliti menggunakan jenis wawancara tak berstruktur (*unstructured interview*) di mana yang dimaksud wawancara tak berstruktur disini adalah wawancara yang bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.

Adapun data yang diperoleh dari wawancara (*interview*) ini adalah sebagai berikut:

<sup>52</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 227.

<sup>53</sup>Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*,186.

- a. Pelayanan jasa *tour and travel* di CV. Aرسال Wisata Nusantara dalam perspektif etika bisnis Islam.
- b. Faktor pendukung praktek pelayanan jasa *tour and travel* di CV. Aرسال Wisata Nusantara kabupaten Jember tahun 2016
- c. Faktor penghambat praktek pelayanan jasa *tour and travel* di CV. Aرسال Wisata Nusantara kabupaten Jember tahun 2016 .

### 3. Dokumentasi

Selain peneliti menggunakan teknik observasi dan teknik wawancara, peneliti juga memakai teknik dokumentasi. Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambaran atau karya-karya monumental dari seseorang.<sup>54</sup> Dengan demikian maka jelaslah bahwa metode dokumentasi yang dipakai dalam penelitian ini digunakan oleh peneliti untuk mencari data-data yang sudah didokumentasikan seperti buku-buku, laporan, arsip, majalah dan sebagainya.

Adapun data yang ingin diperoleh dari dokumentasi adalah:

- a. Sejarah berdirinya CV. Aرسال Wisata Nusantara
- b. Struktur karyawan CV. Aرسال Wisata Nusantara
- c. Visi dan misi CV. Aرسال Wisata Nusantara
- d. Data-data lain yang diperlukan.

<sup>54</sup> Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 240.

## E. Analisis data

Dalam penelitian ini, analisis data yang digunakan adalah analisis data dengan teknik analisis deskriptif kualitatif, artinya analisis data yang bertujuan untuk memberikan deskripsi mengenai subjek penelitian berdasarkan data dari variabel yang diperoleh dari kelompok subjek yang diteliti. Analisis deskriptif kualitatif dilakukan dengan cara memberikan predikat kepada variabel yang diteliti sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Langkah-langkah analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah sebagai berikut:

### 1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Maksudnya yaitu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan yang berlangsung secara terus-menerus selama proses penelitian sampai pada pembuatan laporan.

### 2. *Data Display* (Penyajian Data)

Penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, atau dengan teks yang bersifat naratif. Penyajian yang baik merupakan suatu cara yang utama bagi analisis kualitatif yang valid.

### 3. *Conclusion Drawing/Verification* (Penarikan Kesimpulan/Verifikasi)

Penarikan kesimpulan hanyalah sebagian dari suatu kegiatan dari konfigurasi yang utuh. Kesimpulan diharapkan merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada.<sup>55</sup>

---

<sup>55</sup>Matthew B. Miles & A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif-Buku Sumber tentang Metode-metode Baru*, Terj.Tjetjep Rohendi Rohidi (Jakarta: Universitas Indonesia-Press, 2007), 16.

## F. Keabsahan Data

Keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *triangulasi*. *Triangulasi* adalah teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada.<sup>56</sup> Sedangkan untuk menguji keabsahan data yang diperoleh, peneliti menggunakan *trianggulasi* sumber.

Trianggulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek k derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Hal ini dicapai dengan jalan di antaranya:

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.
3. Membandingkan dengan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
4. Membandingkan keadaan dan perspektif orang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang lain.
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.<sup>57</sup>

## G. Tahap-tahap penelitian

Layaknya suatu kegiatan ilmiah, sebuah penelitian dilaksanakan melalui prosedur kerja yang berurutan. Keurutannya diperlihatkan melalui

<sup>56</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*, 241.

<sup>57</sup>Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 331.

cara-cara penemuan masalah. Secara garis besar prosedur kerja penelitian dilalui tahapan-tahapan yaitu: tahapan sebelum lapangan, pekerjaan lapangan, analisis data dan penulisan laporan.

Tahap sebelum lapangan adalah segala macam persiapan yang diperlukan sebelum penelitian terjun ke dalam kegiatan lapangan. Dalam tahap ini penelitian melakukan rancangan penelitian. Rencana ini berupa proposal penelitian, mengurus perijinan, dan instrumen penelitian.

Tahap selanjutnya yaitu tahap lapangan adalah suatu tahapan dimana penelitian dengan sungguh-sungguh memahami latar belakang penelitian. Dalam tahap ini penelitian mencari dan mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang ditemukan.

Tahap dan penulisan laporan. Pada tahap ini penulis menganalisis data yang diperoleh dari lapangan. Setelah data dianalisis barulah masuk pada tahap penulisan laporan.

IAIN JEMBER

## BAB IV

### PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Obyek Penelitian

##### 1. Sejarah Singkat CV. Aرسال Wisata Nusantara

Berdasarkan perkembangan jumlah perusahaan biro perjalanan wisata di Indonesia yang cukup signifikan dari tahun ke tahun, usaha biro perjalanan wisata dianggap memiliki prospek yang bagus dikemudian hari. Maka didirikanlah CV. Aرسال Wisata Nusantara atas prakarsa Mohammad Syamsul Arifin, S.Pd dengan bentuk CV (Comanditer). Mohammad Syamsul Arifin, S.Pd adalah masih menjadi mahasiswa saat mendirikan perusahaan ini, berbekal pengalaman wirausaha yang dimilikinya, ia mendirikan biro perjalanan wisata. Alasan beliau mendirikan CV. Aرسال Wisata Nusantara ini yaitu motivasi sukses di usia muda. Sehingga berdirilah CV. Aرسال Wisata Nusantara di kelurahan Mangli kabupaten Jember .

CV. Aرسال Wisata Nusantara merupakan salah perusahaan perjalanan yang terdapat di Jember. Hal ini berdasarkan sejarah CV. Aرسال Wisata Nusantara yang menyebutkan bahwa pada pertengahan bulan April 2012 di kelurahan Mangli kabupaten Jember berdiri sebuah tempat yang dijadikan sebagai pusat kegiatan bisnis perjalanan.<sup>58</sup>

Perusahaan ini memiliki izin usaha baru dengan nomor :20/49/1V/2012. Kantornya berada di Perum Graha Citra Mas Blok K

---

<sup>58</sup> Moch. Syamsul Arifin, *Wawancara*, 27 April 2017.

No.24 kelurahan Tegal Besar kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember.  
CV. Arsal Wisata Nusantara akan terus berinovasi demi pengalaman terbaik bagi pelanggan serta terus mempertahankan reputasinya sebagai perusahaan *Tour and Travel*.

Lini bisnis CV. Arsal Wisata Nusantara terdiri dari *Umroh & Haji, Traveling Agent, Adventure, Rafting, outbond Training, Pariwisata domestic dan Luar negeri*. Informasi atau keterangan yang berkaitan dengan keberadaan CV. Arsal Wisata Nusantara dapat dipaparkan sebagai berikut :

- a. No. SK pendirian : 20/49/1V/2012
- b. Nama perusahaan : CV. Arsal Wisata Nusantara
- c. Nama pimpinan : Mohammad Syamsul Arifin, S.Pd.
- d. Alamat kantor : Perum Graha Citra Mas Blok K No.24  
kelurahan Tegal Besar kecamatan  
Sumbersari Kabupaten Jember
- e. Jam Kerja : Senin-Jum'at = 08.00 – 16.00 WIB  
Sabtu = 08.00- 12.00 WIB
- f. Email : [arsalwisata@gmail.com](mailto:arsalwisata@gmail.com)
- g. Website : [arsalwisata.blogspot.com](http://arsalwisata.blogspot.com)

## 2. Visi dan Misi CV. Arsal Wisata Nusantara

Adapun visi CV. Arsal Wisata Nusantara yaitu

- a. Mewujudkan biro perjalanan yang dipercaya dan dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan pelanggan dengan mengutamakan pelayanan.

- b. Berkontribusi didalam meningkatkan industri pariwisata dan transportasi/perjalanan di Indonesia.

Adapun misi CV. Aرسال Wisata Nusantara yaitu

- a. Selalu menghadirkan produk-produk dan layanan terbaik.
- b. Memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi setiap pelanggan.
- c. Meningkatkan kemampuan SDM dan infrastruktur perusahaan sehingga dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada seluruh pelanggan.
- d. Menjaln dan meningkatkan kerja sama dengan semua mitra usaha, baik domestik dan International.<sup>59</sup>

### 3. Letak Geografis

CV. Aرسال Wisata Nusantara berlokasi di Perum Graha Citra Mas Blok K No.24 kelurahan Tegal Besar kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember Provinsi Jawa Timur merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan pariwisata yang berada di bawah naungan Dinas Pariwisata Kabupaten Jember. CV. Aرسال Wisata Nusantara merupakan bagian dari usaha dari Bapak Syamsul Arifin.<sup>60</sup>

### 4. Keadaan Sarana dan Prasarana

Adapun sarana dan prasarana yang dimiliki CV. Aرسال Wisata Nusantara relatif cukup memadai, meskipun masih ada yang kurang.

Adapun sarana dan prasarana pendidikan di CV. Aرسال Wisata Nusantara sebagai berikut:

<sup>59</sup> Dokumentasi CV. Aرسال Wisata Nusantara, 27 April 2017.

<sup>60</sup> Dokumentasi Website CV. Aرسال Wisata Nusantara, 27 April 2017.



**Tabel 4.1<sup>61</sup>**  
**Daftar Sarana dan Prasana**  
**CV. Arsal Wisata Nusantara Tahun 2017**

No	Nama	Jumlah	Ket
1	Kantor	1	Baik
2	Komputer	2	Baik
3	Telepon	1	Baik
4	Handphone	1	Baik
5	Mobil	1	Baik
6	Printer	1	Baik
7	Meja	2	Baik
8	Kursi tunggu	1	Baik
9	Lemari Penyimpanan	2	Baik
10	Sepeda Motor	1	Baik

### 5. Struktur Organisasi CV. Arsal Wisata Nusantara

Struktur organisasi setiap organisasi sangat diperlukan, karena dengan adanya struktur organisasi pelaksanaan suatu program kerja dapat tercapai secara efektif dan efisien. CV. Arsal Wisata Nusantara sebagai organisasi profit juga memiliki struktur organisasi yang mengatur tata kerja. Untuk lebih jelasnya, mengenai struktur organisasi sebagaimana berikut.

#### STRUKTUR ORGANISASI

#### CV. ARSAL WISATA NUSANTARA

Direktur : Mohammad Syamsul Arifin, S.Pd.

Akunting : Siti Fatimah, S.E

Office : Wima Indah

Siti Aisyah

Syifa Indah Pratiwi

<sup>61</sup> Dokumentasi Inventaris CV. Arsal Wisata Nusantara, 27 April 2017.

Fatmawati

Marketing : Sholehuddin, S.E

Tour Operator : Syaiful Bahri

Tour Leader : Nina Prabawati

Sukron Fuad

Rudi Wibowo

Anas Machfud

Imam Anas

## **B. Penyajian Data dan Analisis**

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Peneliti menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi sebagai alat untuk memperoleh data yang berkaitan dan mendukung dalam penelitian ini dan memberi intensifikasi pada metode observasi dan wawancara. Untuk mendapatkan data yang valid dan berimbang, maka dilakukan juga dengan menggunakan metode dokumentasi. Setelah mengalami proses peralihan data dengan berbagai metode yang dipakai mulai global hingga sampai data yang fokus, maka secara berurutan akan disajikan data-data yang ada dan mengacu pada fokus penelitian.

### **1. Pelayanan jasa *tour and travel* di CV. Aرسال Wisata Nusantara kabupaten Jember dalam perspektif etika bisnis Islam**

#### **a. Proses Pelayanan Jasa CV. Aرسال Wisata Nusantara**

Jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan

dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah (misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan konsumen). Pelayanan adalah rasa menyenangkan atau tidak menyenangkan yang diperoleh penerima pelayanan pada saat memperoleh pelayanan. CV. Arsal Wisata Nusantara sebagai perusahaan yang bergerak di bidang biro perjalanan wisata memberikan pelayanan jasa pada konsumen. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Moh. Syamsul Arifin, S.Pd., beliau memaparkan:

“CV. Arsal Wisata Nusantara merupakan perusahaan yang didirikan sejak tahun 2012, perusahaan ini merupakan perusahaan jasa yang bergerak dibidang biro perjalanan wisata. Tentu dek, dalam pelayanan jasa yang kami berikan, berbeda dengan perusahaan sejenis. Karena pelayanan yang prima akan membuat pelanggan trust kepada kami dan menggunakan layanan kami selanjutnya”<sup>62</sup>

Dari pemaparan di atas, dapat diketahui bahwa CV. Arsal Wisata Nusantara adalah perusahaan yang bergerak di bidang perjalanan wisata. Pelayanan jasa merupakan bisnis yang dikerjakan oleh perusahaan ini.

Bidang pelayanan jasa merupakan bisnis yang mengutamakan pelayanan sebagai ujung tombak dalam memberikan pelayanan yang maksimal kepada para pelanggan. Hal ini berlaku pula untuk CV. Arsal Wisata Nusantara sebagai salah satu usaha yang bergerak di biro perjalanan wisata. Lebih terang lagi, bapak Moh. Syamsul Arifin, S.Pd. selaku direktur CV. Arsal Wisata Nusantara menjelaskan:

---

<sup>62</sup> Moch. Syamsul Arifin, *Wawancara*, 27 April 2017.

“perusahaan yang saya dirikan ini, bertujuan untuk memenuhi animo masyarakat yang membutuhkan agen perjalanan wisata. Oleh karena itu, saya menginginkan pelayanan yang prima dalam setiap kesempatan pada pelanggan. Hal itu dimulai dari proses kedatangan konsumen saat mencari informasi sampai dengan pelayanan wisata, dan pemulangan konsumen ke lokasi penjemputan.”<sup>63</sup>

Dari pemaparan wawancara di atas dapat diketahui bahwa CV.

Arsal Wisata Nusantara perusahaan yang beliau dirikan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat tentang biro perjalanan wisata. Sebagai pemilik perusahaan, beliau menginginkan pelayanan yang prima dalam setiap kesempatan pada pelanggan. Pelayanan prima tersebut dimulai dari proses kedatangan konsumen saat mencari informasi sampai dengan pelayanan wisata, dan pemulangan konsumen ke lokasi penjemputan.

Praktek pelayanan jasa yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan dimulai dari awal sampai akhir. Hal ini dapat diketahui dari

Wima Indah selaku Bagian Office , beliau memaparkan:

“pelanggan yang menggunakan jasa kami merupakan pelanggan tetap yang telah menjalin kerjasama kami selama beberapa tahun terakhir, itu sekitar 20 instansi dan juga beberapa pelanggan yang merupakan instansi atau perorangan yang memang mendapatkan informasi dari website, teman sejawat tentang keberadaan perusahaan ini.”<sup>64</sup>

Dari pemaparan wawancara di atas dapat diketahui bahwa konsumen yang menggunakan jasa CV. Arsal Wisata Nusantara merupakan konsumen tetap yang telah mengikat kerjasama dengan

<sup>63</sup> Moch. Syamsul Arifin, *Wawancara*, 27 April 2017.

<sup>64</sup> Wima Indah, *Wawancara*, 27 April 2017.

perusahaan tersebut. Namun disamping itu, terdapat konsumen yang baru yang mengetahui informasi dan layanan jasa biro wisata dari teman dan website.

Pelayanan awal yang diberikan CV. Aرسال Wisata Nusantara Tour and Travel kepada calon konsumen meliputi pelayanan informasi. Adapun informasi yang diberikan kepada calon konsumen CV. Aرسال Wisata Nusantara Tour and Travel, sebagaimana yang diutarakan oleh Wima Indah selaku bagian Office sebagai berikut

“pertama kali yang dilakukan oleh kami selaku perusahaan jasa yaitu menerima konsumen yang datang disertai sambutan dan salam kemudian tentang keperluan kedatangan, dan memang jika ingin menggunakan layanan jasa biro perjalanan kami maka kami memberikan informasi kepada konsumen. Ketika calon konsumen sudah mau mendaftar maka kita tunjukkan persyaratan apa saja yang diperlukan untuk menggunakan jasa perjalanan kami.”<sup>65</sup>

Dari pemaparan wawancara di atas dapat diketahui bahwa bagian office, CV. Aرسال Wisata Nusantara Tour and Travel dalam melayani para calon konsumen sesuai dengan petunjuk perusahaan. Hal ini diawali dari tata cara penyambutan, mengucapkan salam, memberikan informasi layanan dan melayani segala kebutuhan calon konsumen.

Hal ini diperkuat oleh Bapak Sholehudin selaku bagian Marketing CV. Aرسال Wisata Nusantara, beliau menjelaskan:

“jadi gini mbak, tugas saya selaku marketing CV. Aرسال Wisata Nusantara yaitu mencari konsumen yang butuh akan biro perjalanan wisata, kami mendatangi beberapa instansi yang ada

<sup>65</sup> Wima Indah, *Wawancara*, 27 April 2017.

di Jember untuk diajak kerjasama, setelah itu selesai, kami pasrahkan kepada pihak office untuk menindaklanjuti jika terdapat konsumen yang datang ke kantor, maka bagian office yang akan menangani mbak.”<sup>66</sup>

Dari pemaparan wawancara di atas dapat diketahui bahwa marketing CV. Arsal Wisata Nusantara memiliki tugas untuk mencari konsumen sebanyak mungkin agar dapat menggunakan jasa biro perjalanan wisata, sedangkan bagian office bertugas menindaklanjuti konsumen yang datang untuk menggunakan jasa tour dan travel CV. Arsal Wisata Nusantara.

Untuk dapat menggunakan jasa CV. Arsal Wisata Nusantra harus mengikuti prosedur yang telah ditetapkan. Salah satunya administrasi. Adapun administrasi yang dimaksud disini yaitu syarat keuangan yang harus dilengkapi untuk melakukan perjalanan. Adapun prosedur pendaftaran yang dilakukan di CV. Arsal Wisata Nusantara Tour and Travel sesuai dengan yang diungkapkan oleh Moh. Syamsul Arifin, beliau menyatakan:

“Untuk melakukan pendaftaran calon konsumen itu harus mengisi formulir pendaftaran terlebih dahulu, kemudian melakukan pembayaran atau DP, setelah itu baru bisa diproses, kalau tidak ada pembayaran tidak akan bisa di proses, untuk DP itu minimal 40% dan maksimal satu minggu setelah tanda jadi”<sup>67</sup>

Dari pemaparan wawancara di atas dapat diketahui bahwa dalam melakukan pendaftaran perjalananan, CV. Arsal Wisata Nusantara Tour and Travel sudah menetapkan beberapa prosedur yang

<sup>66</sup> Sholehudin, *Wawancara*, 2 Mei 2017.

<sup>67</sup> Moch. Syamsul Arifin, *Wawancara*, 27 April 2017.

harus dilengkapi oleh calon konsumen, agar pihak customer service bisa menindaklanjuti mengenai keberangkatannya. Prosedur pendaftaran tersebut adalah dengan cara membayar uang muka minimal 40% maksimal 1 minggu setelah tanda jadi. Hal ini diperkuat oleh Sholehuddin selaku Bagian Marketing, beliau memaparkan:

“prosedur pemesanan jasa sudah tercantum dalam SOP yaitu pelanggan yang akan menggunakan jasa kami 2 bulan sebelumnya harus memesan terlebih dahulu dan membayar uang DP sebagai ikatan awal dan menandatangani perjanjian/kontrak penggunaan jasa travel ini.”<sup>68</sup>

Dari pemaparan wawancara di atas dapat diketahui bahwa pemesanan jasa baru dapat dikatakan selesai jika konsumen/pelanggan telah membayar uang muka 2 bulan sebelum acara perjalanan dilaksanakan. Hal ini juga diperkuat oleh Moh. Syamsul arifin, beliau menyebutkan:

“pihak marketer melakukan 2 kali kunjungan, kunjungan pertama promosi, kunjungan kedua yaitu follow up, pemantapan ikut tidaknya jasa kami tidak, jika ia maka melakukan pembayaran DP 2-3 bulan sebelum perjalanan serta pelunasan pas waktu pemberangkatan”.<sup>69</sup>

Dari pemaparan wawancara di atas, dapat diketahui bahwa dalam prosedur pemesanan layanan jasa CV. Aرسال Wisata Nusantara melalui dua tahap yaitu pihak marketer melakukan promosi, kemudian kunjungan kedua melakukan kesepakatan jadi tidaknya program, jika jadi maka pembayaran harus diselesaikan 2 bulan sebelum acara perjalanan dilaksanakan.

<sup>68</sup> Sholehudin, *Wawancara*, 2 Mei 2017.

<sup>69</sup> Moch. Syamsul Arifin, *Wawancara*, 27 April 2017.

Persiapan yang harus dilakukan yaitu kontrak kerjasama, kendaraan, dan pendampingan saat proses perjalanan dilakukan. Hal ini disampaikan oleh Nina Prabawati selaku Tour leader, beliau memaparkan:

“hal pertama yang kami lakukan yaitu menyiapkan kontrak, itu jelas, apabila terjadi hal yang tidak diinginkan ada hitam di atas putih, yang kedua yaitu menyiapkan segala hal kebutuhan dari perjalanan yang akan kami digunakan seperti kendaraan, tour leader, akomodasi, makanan, penginapan dan juga persiapan psikis dari masing-masing karyawan yang akan mendampingi proses perjalanan tersebut”<sup>70</sup>.

Dari pemaparan wawancara di atas dapat diketahui bahwa langkah pertama yang dilakukan oleh perusahaan yaitu menyiapkan kontrak kerjasama, kedua yaitu mempersiapkan kendaraan, tour leader, akomodasi, makanan, penginapan dan persiapan psikis dari karyawan yang akan mendampingi perjalanan wisata tersebut.

Dalam melakukan perjalanan tidak lepas hubungannya dengan alat transportasi yang digunakan. Transportasi merupakan pengangkutan konsumen mulai dari tempat pemberangkatan, selama berada di tujuan, dan pemulangan kembali ke tempat pemberangkatan. Alat transportasi yang digunakan oleh CV. Arsal Wisata Nusantara Tour and Travel dalam melakukan keberangkatan para konsumen di menuju lokasi dengan menggunakan berbagai jenis transportasi bus dan kapal laut.

---

<sup>70</sup> Nina Prabawati, *Wawancara*, 2 Mei 2017.



Untuk masalah transportasi selama ini CV. Arsal Wisata Nusantara Tour and Travel bekerja sama dengan perusahaan bus yang berada di Jember dan bekerjasama dengan seseorang yang bertanggung jawab menangani transportasi bis maupun transportasi darat lainnya. Sebagaimana yang telah disampaikan oleh Moh. Syamsul Arifin selaku direktur, beliau memaparkan:

“Persoalan kendaraan merupakan persoalan yang penting dalam setiap kegiatan wisata. Karena ini merupakan perusahaan yang masih baru, kami masih belum memiliki kendaraan sendiri, sehingga kami bekerja sama dengan perusahaan BUS/ Provider yang ada. Biasanya kami menggunakan Akas Asri sebagai mitra kami terkait kendaraan yang digunakan dalam setiap perjalanan.”<sup>71</sup>

Dari pemaparan wawancara di atas dapat diketahui bahwa CV. Wisata Nusantara menggunakan jasa pihak ketiga terkait dengan kendaraan yang digunakan untuk perjalanan wisata.

Hal selanjutnya yang sangat penting yaitu Akomodasi. Akomodasi merupakan tempat penginapan atau pengasramaan sebagai penampungan sementara pada waktu konsumen di tempat lokasi wisata. Tempat penginapan disesuaikan dengan program yang diambil para konsumen ketika melaksanakan wisata. CV. Arsal Wisata Nusantara Tour and Travel menyediakan penginapan sesuai dengan program yang diambil oleh konsumen. Hal ini sebagaimana yang telah dinyatakan oleh Wima Indah selaku Bagian Office, Beliau menyatakan:

---

<sup>71</sup> Moch. Syamsul Arifin, *Wawancara*, 27 April 2017.

“kalo soal layanan penginapan mbak, kami selaku pelaksana juga menyesuaikan dengan program paket yang diambil oleh konsumen. Jika mereka memilih paket yang eksklusif tentu penginapannya juga berkelas, jika konsumen memilih paket yang biasa tentu penginapannya juga biasa mbak.”<sup>72</sup>

Dari pemaparan wawancara di atas dapat diketahui bahwa program paket yang diambil oleh konsumen berpengaruh pada penginapan yang akan ditempati.

Untuk kebutuhan makanan yang digunakan CV. Aرسال Wisata Nusantara ketika berada di lokasi wisata menggunakan catering sesuai penginapan yang ditempatinya. Hal ini sebagaimana yang telah dinyatakan oleh Nina Prabawati selaku Tour Leader, Beliau menyatakan:

“Kalau soal konsumsi itu prasmanan dan kotakan mbak dan tentu halal, dan menunya setiap hari ganti-ganti. Pokoknya makannya itu ikut penginapan dan paket yang diambil.”<sup>73</sup>

Dari pemaparan wawancara di atas dapat diketahui bahwa program paket yang diambil oleh konsumen berpengaruh pada makanan.

Dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang telah dianalisis dan disajikan di atas maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan jasa yang diberikan oleh CV. Aرسال Wisata nusantara dapat diketahui pelayanan jasa berawal dari pemberian informasi dari bagian pemasaran, pemberian informasi dari bagian office, pelaksanaan

<sup>72</sup> Wima Indah, *Wawancara*, 27 April 2017.

<sup>73</sup> Nina Prabawati, *Wawancara*, 2 Mei 2017.

wisata menggunakan jasa perusahaan, dan pemulangan ke lokasi penjemputan.

Pelaksanaan perjalanan wisata yang diselenggarakan oleh CV. Aرسال Wisata Nusantara beserta konsumen tentu hal yang paling dirasakan yaitu pelayanan yang diberikan oleh CV. Aرسال Wisata Nusantara. Pelayanan jasa ini dapat dirasakan dari segi berwujud, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati.

Pelayanan prima (*service excellent*) adalah pelayanan yang memenuhi standar kualitas yang sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan. Sehingga dalam pelayanan prima terdapat dua elemen penting yang saling berkaitan yaitu pelayanan dan kualitas. CV. Aرسال Wisata Nusantara juga sudah mulai menerapkan pelayanan prima dimana pelayanan yang dilakukan memenuhi standar kualitas yang sesuai dengan keinginan para konsumen. Yang dimaksud kemampuan dalam pelayanan prima yaitu bagaimana cara karyawan melayani para konsumen dengan baik, sehingga pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang dilakukannya.

Pertama, yaitu *tangible* (berwujud). Jasa yang diberikan oleh CV. Aرسال Wisata Nusantara haruslah berwujud. Keberwujudan jasa ini dapat diketahui dari pemaparan Moh. Syamsul Arifin, selaku Direktur CV. Aرسال Wisata Nusantara, beliau menjelaskan:

“Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan jasa mbak. Kami memberikan aturan kepada semua karyawan agar memberikan pelayanan yang prima bagi konsumen. Aturan tersebut yang harus dilaksanakan yaitu karyawan harus

berpenampilan yang bagus dalam melayani pelanggan, karyawan harus memiliki kedisiplinan dalam melakukan pelayanan, karyawan harus memberikan kemudahan informasi bagi pelanggan dalam permohonan pelayanan, dan menjadikan kantor sebagai tempat yang nyaman dalam memberikan pelayanan informasi pada pelanggan. Namun itu semua ya kadang tidak diterapkan oleh semua karyawan CV. Aرسال Wisata Nusantara. Hal ini disebabkan oleh banyak faktor. Salah satunya adalah tingkat pendidikan karyawan.”<sup>74</sup>

Dari pemaparan wawancara di atas dapat diketahui bahwa perusahaan telah memberikan standar pelayanan yang harus diterapkan oleh karyawan yaitu karyawan harus berpenampilan yang bagus dalam melayani pelanggan, karyawan harus memiliki kedisiplinan dalam melakukan pelayanan, karyawan harus memberikan kemudahan informasi bagi pelanggan dalam permohonan pelayanan, dan menjadikan kantor sebagai tempat yang nyaman dalam memberikan pelayanan informasi pada pelanggan. Namun dari hasil wawancara di atas ternyata tidak semua karyawan CV. Aرسال Wisata Nusantara menerapkannya. Hal ini disebabkan oleh banyak faktor. Salah satunya adalah tingkat pendidikan karyawan.

Hal ini diperkuat oleh bagian office, saudara Wima Indah, beliau memaparkan:

“Perekrutan karyawan baik tour leader, marketing, dan lain-lain pasti saya lihat dulu orangnya, bagaimana penampilannya, cara komunikasi seperti apa. Tidak harus pernah bekerja di travel dan perjalanan. Jadi kalau rekrutmen Office disini itu dengan cara kita ajak ngobrol, kita suruh mendeskripsikan sesuatu, dan saya tes dengan melayani customer itu bagaimana. Jadi dari situkan kita tahu. Untuk belajar menjadi office disini itu tidak perlu sudah ahli jadi dengan belajar kan, saya aja dulu gak

<sup>74</sup> Moch. Syamsul Arifin, *Wawancara*, 27 April 2017.

pernah berhubungan dengan perusahaan yang seperti ini, yang penting anaknya sudah berkomunikasi dengan baik, komunikatif, pintar pastinya.”<sup>75</sup>

Dari pemaparan wawancara di atas dapat diketahui bahwa setiap karyawannya pasti mempunyai kemampuan yang baik. Karena pertama kali perusahaan melakukan rekrutmen itu pasti melihat bagaimana calon karyawan itu dapat berkomunikasi dengan baik, apakah calon karyawan itu memiliki kemampuan yang baik, dan lain sebagainya. Menurutnya banyak anak-anak yang kuliah dikomunikasi, akan tetapi tidak pandai berkomunikasi dengan baik. Jadi, dilihat dari cara komunikasinya kita dapat mengetahui seseorang itu mempunyai kemampuan berkomunikasi yang baik atau tidak. Misalkan ada rekrutmen di bagian customer service maka SPV customer service melakukan interview dengan cara mengajaknya ngobrol, menyuruhnya mendeskripsikan sesuatu, dan bagaimana cara melayani customer dengan baik. Dari tes-tes yang dilakukan itu maka dapat diketahui bahwasanya pelamar tersebut mempunyai kemampuan atau tidak.

Senada dengan kedua pendapat di atas, Syaiful Bahri selaku Tour Operator menjelaskan:

“Saya selaku Tour operator selalu menekankan kepada tour leader bahwa mereka harus berpenampilan yang bagus dalam melayani pelanggan, mereka harus disiplin pada saat tour wisata, mereka harus memberi informasi bagi pelanggan. Lah, pada saat di lapangan kembali pada masing-masing tour leader. Saya hanya bisa memantau mereka dari jauh dan masukan dari

---

<sup>75</sup> Wima Indah, *Wawancara*, 27 April 2017.

konsumen. Kadang ada yang melaporkan bahwa tour leader mereka kurang senyum, dan sering tidak ada dibutuhkan.<sup>76</sup>

Dari pemaparan wawancara di atas dapat diketahui tentang konsumen yang melaporkan tour leader yang kurang memiliki kehangatan dalam memberikan layanan kepada konsumen.

Hal ini diperkuat oleh bapak Slamet selaku konsumen yaitu:

“kalau soal penampilan karyawan sana ya sudah bagus lah mbak, menggunakan seragam sehingga menarik untuk dilihat, penampilannya juga rapi, dan bersih. Namun kadang kala mereka tidak ada jika dibutuhkan untuk klarifikasi jadwal.”<sup>77</sup>

Dari pemaparan wawancara di atas dapat diketahui bahwa penampilan karyawan di CV. Aرسال Wisata Nusantara sudah sangatlah menarik dengan menggunakan seragam kantor dan juga berpakaian yang rapi, bersih dan sopan. Sehingga para calon konsumen atau konsumen merasa nyaman melihatnya. Namun kadang kala Tour Leader tidak ada jika dibutuhkan untuk klarifikasi jadwal.

Senada dengan pernyataan di atas, bapak Amin selaku konsumen menyebutkan :

“sepengalaman saya menggunakan jasa CV.Aرسال Wisata Nusantara mbak, para karyawannya itu sangat necis mbak, ganteng-ganteng dan canting-cantik, mereka rapi dan bersih, dan salah seorang tour leadernya memberikan perhatian yang lebih kepada saya.”<sup>78</sup>

Dari pemaparan wawancara di atas dapat diketahui bahwa penampilan karyawan sangat memperhatikan aspek penampilan dan

<sup>76</sup> Syaiful Bahri, *Wawancara*, 20 Mei 2017.

<sup>77</sup> Slamet, *Wawancara*, 29 April 2017.

<sup>78</sup> Amin, *Wawancara*, 29 April 2017.

memberikan pelayanan secara individual. Sehingga para calon konsumen atau konsumen merasa nyaman.

Dari pemaparan wawancara di atas mengenai *tangible* (keberwujudan) pelayanan jasa CV. Arsal Wisata Nusantara dapat diketahui bahwa perusahaan telah memberikan standar pelayanan yang harus diterapkan oleh karyawan yaitu karyawan harus berpenampilan yang bagus dalam melayani pelanggan, karyawan harus memiliki kedisiplinan dalam melakukan pelayanan, karyawan harus memberikan kemudahan informasi bagi pelanggan dalam permohonan pelayanan, dan menjadikan kantor sebagai tempat yang nyaman dalam memberikan pelayanan informasi pada pelanggan. Namun tidak semua karyawan CV. Arsal Wisata Nusantara menerapkannya. Hal ini disebabkan oleh banyak faktor. Salah satunya adalah tingkat pendidikan karyawan. Adanya konsumen yang melaporkan tour leader yang kurang memiliki kehangatan dalam memberikan layanan kepada konsumen serta penampilan karyawan sudah sangatlah menarik dengan menggunakan seragam kantor dan juga berpakaian yang rapi, bersih dan sopan. Sehingga para calon konsumen atau konsumen merasa nyaman melihatnya. Namun kadang kala Tour Leader tidak ada jika dibutuhkan untuk klarifikasi jadwal.

Indikator selanjutnya yaitu *Reliability* (Kehandalan), dalam pelaksanaan pelayanan jasa ini faktor kehandalan sangatlah penting.

Hal ini dapat diketahui dari pemaparan Moh. Syamsul Arifin, selaku Direktur CV. Aرسال Wisata Nusantara, beliau menjelaskan:

“jadi gini mbak, untuk masalah kehandalan tidaknya pelayanan kami, kami ukur dari cermat tidaknya karyawan dalam melayani pelanggan, standar pelayanan yang jelas, menggunakan teknologi seperti komputer dan hp sebagai alat dalam membantu proses pelayanan. Lah, selama ini dalam rapat evaluasi bulanan memang terbukti cukup efektif dari office, tour leader, maupun marketing cukup meningkat dengan adanya ini.”<sup>79</sup>

Dari pemaparan wawancara di atas dapat diketahui bahwa untuk meningkatkan pelayanan, CV. Aرسال Wisata Nusantara menggunakan teknologi seperti computer dan HP sebagai alat dalam membantu proses pelayanan. Dan juga meningkatkan standar pelayanan, mengukur cermat tidaknya karyawan dalam melayani pelanggan.

Hal ini diperkuat oleh bagian office, saudara Wima Indah, beliau memaparkan:

“selama ini kami selalu memberikan pelayanan yang baik, pertama kali yang dilakukan oleh kami selaku perusahaan jasa yaitu menerima konsumen yang datang disertai sambutan dan salam kemudian tentang keperluan kedatangan, dan memang jika ingin menggunakan layanan jasa biro perjalanan kami maka kami memberikan informasi kepada konsumen. Ketika calon konsumen sudah mau mendaftar maka kita tunjukkan persyaratan apa saja yang diperlukan untuk menggunakan jasa perjalanan kami.”<sup>80</sup>

Dari pemaparan wawancara di atas dapat diketahui bahwa bagian office CV. Aرسال Wisata Nusantara Tour and Travel dalam

<sup>79</sup> Moch. Syamsul Arifin, *Wawancara*, 27 April 2017.

<sup>80</sup> Wima Indah, *Wawancara*, 27 April 2017.



melayani para calon konsumen sesuai dengan petunjuk perusahaan. Hal ini diawali dari tata cara penyambutan, mengucapkan salam, memberikan informasi layanan dan melayani segala kebutuhan calon konsumen.

Lebih jelas lagi, bapak Slamet selaku konsumen menjelaskan :

“kalau soal kinerja karyawan sana ya sudah bagus lah mbak, mereka menempatkan karyawan yang bagus dalam setiap perjalanan.”<sup>81</sup>

Dari pemaparan wawancara di atas dapat diketahui bahwa karyawan yang bekerja di CV. Aرسال Wisata nusantara memiliki kinerja yang bagus. Mereka menempatkan karyawan yang cakap dalam setiap perjalanan.

Senada dengan pernyataan di atas, bapak Amin selaku konsumen menyebutkan :

“tahun kemaren saat saya menggunakan jasa CV.Aرسال Wisata Nusantara saya mengetahui kalau perusahaan tersebut memiliki tour leader yang sangat cekatan, sehingga saya merasa puas dalam perjalanan wisata kemaren.”<sup>82</sup>

Dari pemaparan wawancara di atas dapat diketahui bahwa perusahaan memiliki karyawan yang sangat bertanggung jawab dalam hal pendampingan konsumen di lokasi wisata.

Dari pemaparan wawancara di atas mengenai *Realible* (kehandalan) pelayanan jasa CV. Aرسال Wisata Nusantara dapat diketahui bahwa untuk meningkatkan pelayanan, CV. Aرسال Wisata

<sup>81</sup> Slamet, *Wawancara*, 29 April 2017.

<sup>82</sup> Amin, *Wawancara*, 29 April 2017

Nusantara menggunakan teknologi seperti computer dan HP sebagai alat dalam membantu proses pelayanan. Dan juga meningkatkan standar pelayanan, mengukur cermat tidaknya karyawan dalam melayani pelanggan. Perusahaan dalam melayani para calon konsumen sesuai dengan petunjuk perusahaan. Hal ini diawali dari tata cara penyambutan, mengucapkan salam, memberikan informasi layanan dan melayani segala kebutuhan calon konsumen. Serta karyawan yang bekerja di CV. Arsal Wisata nusantara memiliki kinerja yang bagus. Mereka menempatkan karyawan yang cakap dalam setiap perjalanan.

Indikator selanjutnya yaitu *Responsiviness* (Ketanggapan), dalam pelaksanaan pelayanan jasa ini faktor ketanggapan sangatlah penting. Hal ini dapat diketahui dari pemaparan Moh. Syamsul Arifin, selaku Direktur CV. Arsal Wisata Nusantara, beliau menjelaskan:

“sebagai perusahaan jasa kami berupaya untuk merespon setiap konsumen yang ingin mendapatkan pelayanan, mengusahakan agar karyawan melakukan pelayanan dengan cepat, tepat, dan cermat, serta pelayanan dengan waktu yang tepat, dan menerima semua keluhan pelanggan direspon oleh karyawan”.<sup>83</sup>

Dari pemaparan wawancara di atas dapat diketahui bahwa CV. Arsal Wisata Nusantara sebagai perusahaan jasa kami berupaya untuk merespon setiap konsumen yang ingin mendapatkan pelayanan, kedua, mengusahakan agar karyawan melakukan pelayanan dengan cepat, tepat, dan cermat, serta ketiga, pelayanan dengan waktu yang tepat, dan menerima semua keluhan pelanggan direspon oleh karyawan.

---

<sup>83</sup> Moch. Syamsul Arifin, *Wawancara*, 27 April 2017.

Hal ini diperkuat oleh bagian office, saudara Wima Indah, beliau memaparkan:

“kami berusaha untuk merespon setiap konsumen yang datang meskipun hanya bertanya informasi, harga dan lain-lain. Kami juga mengusahakan agar bagian office melakukan pelayanan dengan cepat, tepat, dan cermat, serta tepat waktu”.<sup>84</sup>

Senada dengan kedua pendapat di atas, Syaiful bahri selaku Tour Operator menjelaskan:

“jadi gini mbak, saya berusaha untuk mendorong para tour leader agar tour leader melakukan pelayanan dengan cepat, tepat, dan cermat, serta tepat waktu, dan menerima semua keluhan pelanggan dan direspon oleh tour leader”.<sup>85</sup>

Lebih lanjut bapak Sholeh selaku konsumen menyebutkan :

“saya merasakan bahwa pelayanan yang diberikan oleh karyawan CV. Aرسال Wisata Nusantara pada saat berlibur ke Bali sangat memuaskan. Para tour leader sangat cepat tanggap saat saya membutuhkan informasi, dan kebutuhan yang lain.”<sup>86</sup>

Dari pemaparan wawancara di atas dapat diketahui bahwa pelayanan yang diberikan oleh karyawan CV. Aرسال Wisata Nusantara pada saat berlibur ke Bali sangat memuaskan. Para tour leader sangat cepat tanggap saat saya membutuhkan informasi, dan kebutuhan yang lain.

Dari penyajian data di atas mengenai *Responsiviness* (Ketanggapan) pelayanan jasa CV. Aرسال Wisata Nusantara dapat diketahui bahwa sebagai perusahaan jasa terus berupaya untuk merespon setiap konsumen yang ingin mendapatkan pelayanan, kedua,

<sup>84</sup> Wima Indah, *Wawancara*, 27 April 2017.

<sup>85</sup> Syaiful Bahri, *Wawancara*, 20 Mei 2017.

<sup>86</sup> Sholeh, *Wawancara*, 29 April 2017

mengusahakan agar karyawan melakukan pelayanan dengan cepat, tepat, dan cermat, serta ketiga, pelayanan dengan waktu yang tepat, dan menerima semua keluhan pelanggan direspon oleh karyawan. Mengusahakan agar bagian office melakukan pelayanan dengan cepat, tepat, dan cermat, serta tepat waktu serta berusaha untuk mendorong para tour leader agar tour leader melakukan pelayanan dengan cepat, tepat, dan cermat, serta tepat waktu, dan menerima semua keluhan pelanggan dan direspon oleh tour leader.

Indikator selanjutnya yaitu *Assurance* (Jaminan), dalam pelaksanaan pelayanan jasa ini faktor ketanggapan sangatlah penting. Hal ini dapat diketahui dari pemaparan Moh. Syamsul Arifin, selaku Direktur CV. Aرسال Wisata Nusantara, beliau menjelaskan:

“sebagai perusahaan jasa kami berupaya untuk memberikan jaminan dalam pelayanan, dari aspek hukum kami memberikan jaminan legalitas dalam pelayanan, dan kami memberikan jaminan kepastian dalam pelayanan bahwa tidak ada tambahan biaya lagi.”<sup>87</sup>

Hal ini diperkuat oleh bagian office, saudara Wima Indah, beliau memaparkan:

“ya tentu mbak, kami memberikan jaminan dalam berbagai aspek yaitu aspek legalitas, aspek kepastian biaya dan aspek pelayanan.”<sup>88</sup>

Senada dengan kedua pendapat di atas, Syaiful Bahri selaku Tour Operator menjelaskan:

<sup>87</sup> Moch. Syamsul Arifin, *Wawancara*, 27 April 2017.

<sup>88</sup> Wima Indah, *Wawancara*, 27 April 2017.

“kami selaku tour operator tidak pernah meminta biaya tambahan kepada konsumen karena hal tersebut melanggar aturan perusahaan”.<sup>89</sup>

Hal ini juga diperkuat dari pemaparan bapak Firman selaku konsumen perjalanan di CV. Arsal Wisata Nusantara Tour and Travel, beliau menyampaikan:

“selama 3 hari kita study tour ke Bali tidak ada biaya tambahan yang dikenakan oleh pihak travel. Hal ini berbeda dengan travel dulu.”<sup>90</sup>

Dari pemaparan wawancara di atas mengenai *Assurance* (Jaminan) pelayanan jasa CV. Arsal Wisata Nusantara dapat diketahui bahwa perusahaan jasa kami berupaya untuk memberikan jaminan dalam pelayanan, dari aspek hukum kami memberikan jaminan legalitas dalam pelayanan, dan kami memberikan jaminan kepastian dalam pelayanan bahwa tidak ada tambahan biaya lagi.

Indikator selanjutnya yaitu *Empathy* (Empati), dalam pelaksanaan pelayanan jasa ini faktor empati sangatlah penting. Hal ini dapat diketahui dari pemaparan Moh. Syamsul Arifin, selaku Direktur CV. Arsal Wisata Nusantara, beliau menjelaskan:

“sebagai perusahaan jasa kami berupaya mendahulukan kepentingan konsumen, para karyawan juga diwajibkan melayani dengan sikap ramah, sopan santun, tidak diskriminatif (membeda-bedakan), dan menghargai setiap konsumen.”<sup>91</sup>

Hal ini diperkuat oleh bagian office, saudara Wima Indah, beliau memaparkan:

<sup>89</sup> Syaiful Bahri, *Wawancara*, 20 Mei 2017.

<sup>90</sup> Firman, *Wawancara*, 16 Mei 2017.

<sup>91</sup> Moch. Syamsul Arifin, *Wawancara*, 27 April 2017.

“ya tentu mbak, kami selalu berupaya mendahulukan kepentingan konsumen, para karyawan juga diwajibkan melayani dengan sikap ramah, sopan santun, dan menghargai setiap konsumen.”<sup>92</sup>

Seorang karyawan harus mempunyai perilaku yang sopan, baik, ramah terhadap para konsumen, seperti yang telah dikatakan oleh bapak Firman selaku konsumen perjalanan di CV. Aرسال Wisata Nusantara Tour and Travel, yaitu:

“Kalau sikap dalam melayani pelanggannya itu baik mbak, sopan dalam melayaninya, dan juga ramah kepada semua konsumen ataupun calon konsumen, meskipun calon konsumen itu hanya bertanya-tanya mengenai perjalanan. Akan tetapi customer service yang melayaninya selalu sabar dan sopan dalam bersikap.”<sup>93</sup>

Dari penyajian data di atas dapat diketahui bahwa mengenai sikap/perilaku (attitude) seorang customer service dalam melayani para calon konsumen yaitu secara baik, sopan, dan ramah dalam melayani pelanggannya. Dimana pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dengan melihat dari sisi sikap/perilaku dari customer service.

Lebih lanjut bapak Sholeh selaku konsumen menyebutkan :

“Para tour leader memiliki sikap empati yang tinggi pada pelanggan. Hal ini saya ketahui karena saat kami menggunakan jasa perusahaan mereka, terdapat salah satu murid kami yang sakit, mereka menemani dan merawat murid kami selama 2 hari di hotel.”<sup>94</sup>

Dari pemaparan wawancara di atas dapat diketahui bahwa karyawan CV. Aرسال Wisata Nusantara memiliki sikap empati yang tinggi.

<sup>92</sup> Wima Indah, *Wawancara*, 27 April 2017.

<sup>93</sup> Firman, *Wawancara*, 16 Mei 2017.

<sup>94</sup> Sholeh, *Wawancara*, 29 April 2017

Dari pemaparan wawancara di atas mengenai *Empathy* (empati) pelayanan jasa CV. Arsal Wisata Nusantara dapat diketahui bahwa sebagai perusahaan jasa terus berupaya mendahulukan kepentingan konsumen, para karyawan juga diwajibkan melayani dengan sikap ramah, sopan santun, tidak diskriminatif (membedakan), dan menghargai setiap konsumen. sikap dalam melayani pelanggannya itu baik mbak, sopan dalam melayaninya, dan juga ramah kepada semua konsumen ataupun calon konsumen, meskipun calon konsumen itu hanya bertanya-tanya mengenai perjalanan. Akan tetapi customer service yang melayaninya selalu sabar dan sopan dalam bersikap.

Jadi dengan demikian, dari hasil data wawancara, observasi, dan dokumentasi yang telah dianalisis dan disajikan di atas maka dapat disimpulkan bahwa:

1) *Tangible* (keberwujudan)

Pelayanan jasa CV. Arsal Wisata Nusantara dapat diketahui bahwa perusahaan telah memberikan standar pelayanan yang harus diterapkan oleh karyawan yaitu karyawan harus berpenampilan yang bagus dalam melayani pelanggan, karyawan harus memiliki kedisiplinan dalam melakukan pelayanan, karyawan harus memberikan kemudahan informasi bagi pelanggan dalam permohonan pelayanan, dan menjadikan kantor sebagai tempat yang nyaman dalam memberikan pelayanan informasi pada

pelanggan. Namun tidak semua karyawan CV. Arsal Wisata Nusantara menerapkannya. Hal ini disebabkan oleh banyak faktor. Salah satunya adalah tingkat pendidikan karyawan. Adanya konsumen yang melaporkan tour leader yang kurang memiliki kehangatan dalam memberikan layanan kepada konsumen serta penampilan karyawan sudah sangatlah menarik dengan menggunakan seragam kantor dan juga berpakaian yang rapi, bersih dan sopan. Sehingga para calon konsumen atau konsumen merasa nyaman melihatnya. Namun kadang kala Tour Leader tidak ada jika dibutuhkan untuk klarifikasi jadwal.

## 2) *Realible* (kehandalan)

Pelayanan jasa CV. Arsal Wisata Nusantara dapat diketahui bahwa untuk meningkatkan pelayanan, CV. Arsal Wisata Nusantara menggunakan teknologi seperti computer dan HP sebagai alat dalam membantu proses pelayanan. Dan juga meningkatkan standar pelayanan, mengukur cermat tidaknya karyawan dalam melayani pelanggan. Perusahaan dalam melayani para calon konsumen sesuai dengan petunjuk perusahaan. Hal ini diawali dari tata cara penyambutan, mengucapkan salam, memberikan informasi layanan dan melayani segala kebutuhan calon konsumen. Serta karyawan yang bekerja di CV. Arsal Wisata nusantara memiliki kinerja yang bagus. Mereka menempatkan karyawan yang cakap dalam setiap perjalanan.



### 3) *Responsiviness* (Ketanggapan)

Pelayanan jasa CV. Arsal Wisata Nusantara dapat diketahui bahwa sebagai perusahaan jasa terus berupaya untuk merespon setiap konsumen yang ingin mendapatkan pelayanan, kedua, mengusahakan agar karyawan melakukan pelayanan dengan cepat, tepat, dan cermat, serta ketiga, pelayanan dengan waktu yang tepat, dan menerima semua keluhan pelanggan direspon oleh karyawan. Mengusahakan agar bagian office melakukan pelayanan dengan cepat, tepat, dan cermat, serta tepat waktu serta berusaha untuk mendorong para tour leader agar tour leader melakukan pelayanan dengan cepat, tepat, dan cermat, serta tepat waktu, dan menerima semua keluhan pelanggan dan direspon oleh tour leader.

### 4) *Assurance* (Jaminan)

Pelayanan jasa CV. Arsal Wisata Nusantara dapat diketahui bahwa perusahaan jasa kami berupaya untuk memberikan jaminan dalam pelayanan, dari aspek hukum kami memberikan jaminan legalitas dalam pelayanan, dan kami memberikan jaminan kepastian dalam pelayanan bahwa tidak ada tambahan biaya lagi.

### 5) *Empathy* (empati)

Pelayanan jasa CV. Arsal Wisata Nusantara dapat diketahui bahwa sebagai perusahaan jasa terus berupaya mendahulukan kepentingan konsumen, para karyawan juga diwajibkan melayani dengan sikap ramah, sopan santun, tidak diskriminatif (membeda-bedakan), dan

menghargai setiap konsumen. sikap dalam melayani pelanggannya itu baik mbak, sopan dalam melayaninya, dan juga ramah kepada semua konsumen ataupun calon konsumen, meskipun calon konsumen itu hanya bertanya-tanya mengenai perjalanan. Akan tetapi *customer service* yang melayaninya selalu sabar dan sopan dalam bersikap.

**b. Pelayanan jasa CV. Aرسال Wisata Nusantara Jember perspektif etika bisnis Islam.**

Dari pemaparan wawancara di atas mengenai pelayanan jasa CV. Aرسال Wisata Nusantara dapat diketahui bahwa sebagai perusahaan jasa terus berupaya mendahulukan kepentingan konsumen, para karyawan juga diwajibkan melayani dengan sikap ramah, sopan santun, tidak diskriminatif (membeda-bedakan), dan menghargai setiap konsumen. sikap dalam melayani pelanggannya itu baik mbak, sopan dalam melayaninya, dan juga ramah kepada semua konsumen ataupun calon konsumen, meskipun calon konsumen itu hanya bertanya-tanya mengenai perjalanan. Akan tetapi *customer service* yang melayaninya selalu sabar dan sopan dalam bersikap.

Bahwa prinsip esensial dalam bisnis adalah kejujuran. Dalam doktrin Islam, kejujuran merupakan syarat paling mendasar dalam kegiatan bisnis. Rasulullah sangat intens menganjurkan kejujuran dalam aktivitas bisnis. Selaku pelaku bisnis, kejujuran juga diterapkan oleh CV. Aرسال Wisata Nusantara. Hal ini dapat diketahui dari

pemaparan Moh. Syamsul Arifin, selaku Direktur CV. Arsal Wisata Nusantara, beliau menjelaskan:

“Sebagai perusahaan jasa kami berupaya untuk memberikan dan menerapkan kejujuran dalam semua kegiatan bisnis baik dari pelayanan, harga, dan lain-lain.”<sup>95</sup>

Hal ini diperkuat oleh bagian office, saudara Wima Indah, beliau memaparkan:

“ya tentu mbak, kami selalu menjaga aspek kejujuran dalam kegiatan bisnis ini. Kalau tidak seperti itu maka pelanggan akan lari ke perusahaan lain mbak.”<sup>96</sup>

Senada dengan kedua pendapat di atas, Syaiful Bahri selaku Tour Operator menjelaskan:

“kami selaku tour operator tidak pernah meminta biaya tambahan kepada konsumen karena hal tersebut melanggar aturan perusahaan. Setiap kebutuhan tour leader dipenuhi oleh perusahaan. Jadi kami tidak meminta kepada pelanggan mbak.”<sup>97</sup>

Hal ini juga diperkuat dari pemaparan bapak Firman selaku konsumen perjalanan di CV. Arsal Wisata Nusantara Tour and Travel, beliau menyampaikan:

“selama 3 hari kita study tour ke Bali tidak ada biaya tambahan yang dikenakan oleh pihak travel. Para karyawan CV. Arsal Nusantara jujur dalam pelayanan yang diberikan mbak. Sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati bersama mbak.”<sup>98</sup>

Dari pemaparan wawancara di atas mengenai kejujuran dalam pelayanan jasa CV. Arsal Wisata Nusantara dapat diketahui bahwa perusahaan jasa diketahui bahwa CV. Arsal Wisata Nusantara selalu

<sup>95</sup> Moch. Syamsul Arifin, *Wawancara*, 27 April 2017.

<sup>96</sup> Wima Indah, *Wawancara*, 27 April 2017.

<sup>97</sup> Syaiful Bahri, *Wawancara*, 20 Mei 2017.

<sup>98</sup> Firman, *Wawancara*, 16 Mei 2017.

jujur dalam praktek bisnisnya. Segala kesepakatan awal yang ditetapkan diberikan kepada pelanggan pengguna jasa biro perjalanan wisata.

Pelaku bisnis menurut Islam, tidak hanya sekedar mengejar keuntungan sebanyak-banyaknya, tetapi juga berorientasi kepada sikap *ta'awun* (menolong orang lain) sebagai implikasi sosial kegiatan bisnis. Selaku pelaku bisnis, sikap ini juga diterapkan oleh karyawan CV. Arsal Wisata Nusantara. Hal ini dapat diketahui dari pemaparan Moh. Syamsul Arifin, selaku Direktur CV. Arsal Wisata Nusantara, beliau menjelaskan:

“perusahaan kami bergerak dalam bidang perjalanan, yang di dalamnya juga mengandung unsur edukasi pada para pelanggan. Seperti setiap hari liburan, kami biasanya memberikan diskon pada sekolah-sekolah ke tempat wisata yang di dalamnya ada muatan edukasinya. Satu tahun sekali kami memberikan bantuan social kepada lembaga/orang yang membutuhkan.”<sup>99</sup>

Hal ini diperkuat oleh bagian office, saudara Wima Indah, beliau memaparkan:

“ya tentu mbak, kami selalu mengedapankan tolong menolong dan jiwa sosial. Tahun kemarin perusahaan memberikan bantuan pada anak yatim.”<sup>100</sup>

Senada dengan kedua pendapat di atas, Syaiful Bahri selaku Tour Operator menjelaskan:

“iya mbak, kita juga sebagai tour leader Bisnis tidak boleh mengganggu kegiatan ibadah kepada Allah..”<sup>101</sup>

<sup>99</sup> Moch. Syamsul Arifin, *Wawancara*, 27 April 2017.

<sup>100</sup> Wima Indah, *Wawancara*, 27 April 2017.

<sup>101</sup> Syaiful Bahri, *Wawancara*, 20 Mei 2017.

Dari pemaparan wawancara di atas mengenai aspek kegiatan sosial yang dilakukan oleh CV. Aرسال Wisata Nusantara dapat diketahui bahwa perusahaan jasa diketahui bahwa CV. Aرسال Wisata Nusantara bergerak dalam bidang bisnis, namun juga menggunakan bisnis tersebut untuk kepentingan pemberdayaan dan wawasan konsumen. Artinya perusahaan tidak hanya mengejar keuntungan semata, namun juga memberikan nilai-nilai edukatif kepada pelanggan.

Salah satu aspek dalam kegiatan bisnis yang harus dilakukan oleh pelaku bisnis Islam yaitu tentang etika bisnis. Hal ini dikarenakan bisnis juga harus menggunakan etika. Oleh karena itu, etika merupakan syarat paling mendasar dalam kegiatan bisnis. Selaku pelaku bisnis, etika juga diterapkan oleh CV. Aرسال Wisata Nusantara. Hal ini dapat diketahui dari pemaparan Moh. Syamsul Arifin, selaku Direktur CV. Aرسال Wisata Nusantara, beliau menjelaskan:

“Sebagai perusahaan jasa kami berupaya untuk memberikan dan menerapkan kejujuran dalam semua kegiatan bisnis baik dari pelayanan, harga, dan lain-lain. Termasuk tidak melakukan sumpah palsu pada pelanggan.”<sup>102</sup>

Hal ini diperkuat oleh bagian office, saudara Wima Indah, beliau memaparkan:

“ya tentu mbak, kami selalu menjaga ramah pada setiap pelanggan. Menepati sesuai dengan kontrak yang sudah disepakati artinya tidak sumpah palsu, tidak menjelekkkan perusahaan lain dan sebagainya.”<sup>103</sup>

<sup>102</sup> Moch. Syamsul Arifin, *Wawancara*, 27 April 2017.

<sup>103</sup> Wima Indah, *Wawancara*, 27 April 2017.

Senada dengan kedua pendapat di atas, Syaiful Bahri selaku

Tour Operator menjelaskan:

“ya mbak, kita juga sebagai tour leader mengedepankan ibadah, artinya bisnis tidak boleh mengganggu kegiatan ibadah kepada Allah.”<sup>104</sup>

Hal ini juga diperkuat dari pemaparan bapak Firman selaku konsumen perjalanan di CV. Arsal Wisata Nusantara Tour and Travel, beliau menyampaikan:

“sepengalaman saya mbak, para karyawan tidak pernah memaksa kami, jadi mereka memberikan penawaran yang sudah ada di kontrak.”<sup>105</sup>

Dari pemaparan wawancara di atas mengenai etika bisnis dalam pelayanan jasa CV. Arsal Wisata Nusantara dapat diketahui bahwa perusahaan jasa diketahui bahwa CV. Arsal Wisata Nusantara selalu jujur dalam praktek bisnisnya, menjaga keramahan pada setiap pelanggan, menepati kontrak yang sudah disepakati,

## **2. Faktor pendukung pelayanan jasa *tour and travel* di CV. Arsal Wisata Nusantara kabupaten Jember**

Jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah (misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan konsumen). Pelayanan adalah rasa menyenangkan atau tidak menyenangkan yang diperoleh

<sup>104</sup> Syaiful Bahri, *Wawancara*, 20 Mei 2017.

<sup>105</sup> Firman, *Wawancara*, 16 Mei 2017.

penerima pelayanan pada saat memperoleh pelayanan. CV. Aرسال Wisata Nusantara sebagai perusahaan yang bergerak dibidang biro perjalanan wisata memberikan pelayanan jasa pada konsumen, dan dalam setiap pelaksanaan tersebut tentu memiliki faktor pendukung. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Moh. Syamsul Arifin, selaku Direktur CV. Aرسال Wisata Nusantara, beliau menjelaskan:

“kalau faktor pendukung di layanan ini adalah bisnis ini terbilang masih merintis, akan tetapi untuk peminatnya sudah lumayan banyak. Terus adanya kerjasama yang baik antara karyawan dengan bidangnya, serta antara karyawan satu dengan karyawan lainnya dan kerjasama dengan instansi yang lain.<sup>106</sup>

Dari pemaparan wawancara di atas dapat diketahui bahwa faktor pendukung pelayanan jasa tour and travel di CV. Aرسال Wisata Nusantara kabupaten Jember yaitu pertama, bisnis biro perjalanan terbilang masih merintis, akan tetapi peminatnya banyak. Kedua, adanya kerjasama yang baik antara karyawan dengan pekerjaannya, serta antara karyawan satu dengan karyawan lainnya dan terakhir, kerjasama dengan instansi yang lain sebagai calon konsumen.

Hal ini diperkuat oleh bagian office, saudara Wima Indah, beliau memaparkan:

“ kalau faktor pendukungnya di layanan jasa Tour dan travel adalah salah satunya banyak yang sudah mempercayai dalam pemesanan layanan tour dan travel.<sup>107</sup>

Dari pemaparan wawancara di atas dapat diketahui bahwa faktor pendukung pelayanan jasa tour and travel di CV. Aرسال Wisata Nusantara

<sup>106</sup> Moch. Syamsul Arifin, *Wawancara*, 27 April 2017.

<sup>107</sup> Wima Indah, *Wawancara*, 27 April 2017.

kabupaten Jember yaitu banyak pelanggan yang sudah mempercayai pemesanan layanan tour dan travel.

Selaku konsumen perjalanan di CV. Aرسال Wisata Nusantara Tour and Travel, Bapak Firman menjelaskan :

“faktor pendukung pelayanan jasa tour dan travel yaitu sikap dalam melayani pelanggannya, karena bagi saya pelayanan yang diberikan selama proses pencarian informasi, pemesanan, dan pelaksanaan sangat menentukan terhadap kelanjutan dan nama baik perusahaan travel tersebut.”<sup>108</sup>

Dari pemaparan wawancara di atas dapat diketahui bahwa faktor pendukung pelayanan jasa tour dan travel CV. Aرسال Wisata Nusantara yaitu sikap karyawan perusahaan dalam melayani pelanggannya, karena sikap dan pelayanan yang diberikan sangat menentukan terhadap kelanjutan dan nama baik perusahaan travel tersebut.

Dari hasil wawancara yang telah dianalisis dan disajikan di atas maka dapat disimpulkan bahwa faktor pendukung pelayanan jasa tour and travel di CV. Aرسال Wisata Nusantara kabupaten Jember yaitu

- a. bisnis biro perjalanan terbilang masih merintis, akan tetapi peminatnya banyak.
- b. adanya kerjasama yang baik antara karyawan dengan pekerjaannya, serta antara karyawan satu dengan karyawan lainnya
- c. adanya kerjasama dengan instansi yang lain sebagai calon konsumen.
- d. banyak pelanggan yang sudah mempercayai pemesanan layanan tour dan travel

---

<sup>108</sup> Firman, *Wawancara*, 16 Mei 2017.



- e. sikap karyawan perusahaan dalam melayani pelanggannya, karena sikap dan pelayanan yang diberikan sangat menentukan terhadap kelanjutan dan nama baik perusahaan travel tersebut.

### **3. Faktor penghambat pelayanan jasa *tour and travel* di CV. Arsal Wisata Nusantara kabupaten Jember**

Jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah (misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan konsumen). Pelayanan adalah rasa menyenangkan atau tidak menyenangkan yang diperoleh penerima pelayanan pada saat memperoleh pelayanan. CV. Arsal Wisata Nusantara sebagai perusahaan yang bergerak dibidang biro perjalanan wisata memberikan pelayanan jasa pada konsumen, dan dalam setiap pelaksanaan tersebut tentu memiliki faktor penghambat. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Moh. Syamsul Arifin, selaku Direktur CV. Arsal Wisata Nusantara, beliau menjelaskan:

“faktor penghambatnya yaitu ada konsumen yang tiba-tiba membatalkan pemesanan sebelum pelaksanaan , itu akhirnya susah untuk mengurusnya dalam mengcancel dengan pihak ketiga yaitu dari bus. Pelayanan informasi via online juga menjadi kendala, karena website perusahaan masih via blog. Jadi kurang bermanfaat bagi pelanggan yang ingin mengakses informasi.”<sup>109</sup>

Dari pemaparan wawancara di atas dapat diketahui bahwa faktor penghambat pelayanan jasa tour dan travel CV. Arsal Wisata Nusantara yaitu pertama, terdapat konsumen yang tiba-tiba membatalkan pemesanan

<sup>109</sup> Moch. Syamsul Arifin, *Wawancara*, 27 April 2017.

sebelum pelaksanaan, kedua, perusahaan masih belum memiliki website sehingga pelayanan informasi via online kurang terpenuhi.

Hal ini diperkuat oleh bagian office, saudara Wima Indah, beliau memaparkan:

“faktor penghambatnya yaitu kendaraan kita masih bekerjasama dengan pihak lain yaitu AKAS Asri, kadangkali kesepakatan bus tidak sesuai dengan yang awal, sehingga menyebabkan konsumen kecewa, terlambatnya jadwal yang diakibatkan ketidakpatuhan konsumen dengan jadwal yang ditetapkan, faktor teknis seperti macet, kendaraan yang rusak pada waktu perjalanan, kurangnya pengalaman karyawan, dan Disiplin kerja sangat kurang dan tidak tepat waktu.<sup>110</sup>

Dari pemaparan wawancara di atas dapat diketahui bahwa faktor penghambat pelayanan jasa tour dan travel CV. Aرسال Wisata Nusantara yaitu pertama, jadwal yang terlambat dikarenakan ketidakpatuhan konsumen dengan jadwal yang telah ditetapkan dan faktor teknis seperti macet di pelabuhan atau jalan raya sehingga jadwal secara keseluruhan berubah total dan kendaraan yang rusak pada waktu perjalanan, disiplin kerja karyawan sangat kurang dan tidak tepat waktu serta kurangnya pengalaman karyawan dalam bidang biro perjalanan.

Hal ini diperkuat oleh pernyataan salah satu konsumen CV. Aرسال

Wisata Nusantara Tour and Travel, beliau menyatakan:

“Kalau menurut saya, faktor yang menghambat pelayanan jasa tour dan travel di CV. Aرسال Wisata Nusantara yaitu ketidaksesuaian antara promosi dan pelaksanaan dilapangan. Contoh di promosi ditetapkan ada 9 lokasi wisata yang dikunjungi selama 3 hari, namun pada pelaksanaannya hanya 8 lokasi. Meskipun ini terjadi

---

<sup>110</sup> Wima Indah, *Wawancara*, 27 April 2017.

disebabkan faktor teknis seperti kemaren macet di jembatan penyebrangan ketapang-gilimanuk.”<sup>111</sup>

Dari pemaparan wawancara di atas dapat diketahui bahwa faktor penghambat pelayanan jasa tour dan travel CV. Aرسال Wisata Nusantara yaitu ketidaksesuaian antara promosi dan pelaksanaan tour dan travel, dan karyawan/agen meminta tip saat melakukan transaksi kerjasama.

Dari hasil wawancara yang telah dianalisis dan disajikan di atas maka dapat disimpulkan bahwa faktor penghambat pelayanan jasa tour dan travel CV. Aرسال Wisata Nusantara yaitu

- a. terdapat konsumen yang tiba-tiba membatalkan pemesanan sebelum pelaksanaan
- b. perusahaan masih belum memiliki website sehingga pelayanan informasi via online kurang terpenuhi.
- c. kurangnya pengalaman karyawan dalam bidang biro perjalanan.
- d. disiplin kerja karyawan sangat kurang dan tidak tepat waktu
- e. jadwal yang terlambat dikarenakan ketidakpatuhan konsumen dengan jadwal yang telah ditetapkan
- f. faktor teknis seperti macet di pelabuhan atau jalan raya dan kendaraan yang rusak pada waktu perjalanan.

### **C. Pembahasan Temuan**

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti, maka dalam pembahasan ini akan diungkapkan tentang diskusi dan interpretasi dari peneliti tentang

---

<sup>111</sup> Firman, *Wawancara*, 16 Mei 2017.

Pelayanan jasa *tour and travel* perspektif etika bisnis Islam di CV. Aرسال Wisata Nusantara kabupaten Jember.

### **1. Pelayanan jasa *tour and travel* di CV. Aرسال Wisata Nusantara kabupaten Jember dalam perspektif etika bisnis Islam.**

Valerie A. Zeithaml dan Mary Jo Bitner, mendefinisikan jasa sebagai berikut: “*Service is all economic activities whose output is not a physical product or construction is generally consumed at that time is produced, and provides added value in forms (such as convenience, amusement, comfort or health)*<sup>112</sup>” (jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah (misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan konsumen).

Kotler mendefinisikan jasa sebagai berikut: “Setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksi jasa bisa berkaitan dengan produk fisik atau seknya”.<sup>113</sup>

Dari kedua pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa di dalam jasa selalu ada aspek interaksi antara pihak konsumen dan pihak produsen (jasa), meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak selalu menyadari. Jasa bukan suatu barang, melainkan suatu proses atau aktivitas yang tidak berwujud.

<sup>112</sup>Hamdani Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2006), 6.

<sup>113</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Tiga Belas* (Jakarta: PT Erlangga, 2008), 7.

Dari hasil temuan penelitian, CV. Arsal Wisata Nusantara merupakan perusahaan jasa yang mempunyai bidang bisnis *Tour and Travel*, Umroh, *Outbond* dan lain sebagainya.

Menurut Lewis dan Booms kualitas layanan sebagai ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan pelanggan.<sup>114</sup> Sedangkan menurut Wyckof kualitas pelayanan adalah tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan<sup>115</sup>.

Dengan memperhatikan akan pentingnya pelayanan konsumen sebagai salah satu alat persaingan, suatu perusahaan harus mampu mengetahui lebih dahulu pengertian dari kualitas jasa (*service quality*). Secara lebih khusus Parasuraman, Zeithaml, dan Berry menyatakan penelitian telah menunjukkan bahwa pengetahuan tentang kualitas produk yang berwujud barang tidaklah memadai untuk memahami kualitas jasa, yang memang lebih sedikit literaturnya. Sedikit materi yang membahas kualitas jasa disebabkan karena :<sup>116</sup>

- a. Kualitas jasa sangat sulit untuk dievaluasi dibandingkan dengan kualitas barang.
- b. Kualitas jasa merupakan perbandingan hasil dari pandangan konsumen antara harapan dan kenyataan.

---

<sup>114</sup> Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik* (Yogyakarta: Andi, 2012), 121.

<sup>115</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi, 2008), 16.

<sup>116</sup> Johannes Supranto, *Metode Riset Aplikasinya dalam Pemasaran* (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), 394.

- c. Evaluasi kualitas tidak dibuat semata-mata untuk menjadikan suatu service, tetapi juga meliputi proses evaluasi jasa pelayanan.

Dari hasil penelitian tentang pelayanan jasa tour dan travel di CV. Arsal Wisata Nusantara Kabupaten Jember ditemukan bahwa pelayanan jasa berawal dari pemberian informasi dari bagian pemasaran, pemberian informasi dari bagian office, pelaksanaan wisata menggunakan jasa perusahaan, dan pemulangan ke lokasi penjemputan.

Jika dianalisis dari kajian teori yang ada, pelayanan tour dan travel yang dilakukan oleh CV. Arsal Wisata Nusantara jasa yang dirasakan oleh konsumen sesuai dengan jasa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan CV. Arsal Wisata Nusantara dipersepsikan baik atau positif.

Dalam meneliti persepsi dan tingkat kepentingan (harapan) konsumen, ada 5 (lima) dimensi yang digunakan dalam menentukan kualitas pelayanan, yaitu <sup>117</sup>

- a. Dapat dipercaya (*Reliability*), yaitu kemampuan untuk melaksanakan pelayanan yang telah dijanjikan secara akurat. Hal itu meliputi pelayanan pada waktu yang telah direncanakan atau ditetapkan, akurat dalam perhitungan dan menjaga pelayanan dengan baik dan benar.

Dari hasil penelitian, *Realible* (kehandalan) pelayanan jasa CV. Arsal Wisata Nusantara dapat diketahui bahwa untuk meningkatkan pelayanan, CV. Arsal Wisata Nusantara menggunakan teknologi seperti computer dan HP sebagai alat dalam membantu proses

<sup>117</sup> Johannes Supranto, *Metode Riset Aplikasinya dalam Pemasaran*, 395.

pelayanan. Dan juga meningkatkan standar pelayanan, mengukur cermat tidaknya karyawan dalam melayani pelanggan. Perusahaan dalam melayani para calon konsumen sesuai dengan petunjuk perusahaan. Hal ini diawali dari tata cara penyambutan, mengucapkan salam, memberikan informasi layanan dan melayani segala kebutuhan calon konsumen. Serta karyawan yang bekerja di CV. Arsal Wisata Nusantara memiliki kinerja yang bagus. Mereka menempatkan karyawan yang cakap dalam setiap perjalanan.

- b. Cepat tanggap (*Responsiveness*), yaitu tanggapan yang cepat dalam memberi bantuan kepada konsumen dan melaksanakan pelayanan tersebut secara layak. Hal itu meliputi pemberian pelayanan secara cepat dan tepat dan mengatur perjanjian atau penerimaan pasien dengan cepat dan benar.

Dari hasil penelitian, *Responsiveness* (Ketanggapan) pelayanan jasa CV. Arsal Wisata Nusantara dapat diketahui bahwa sebagai perusahaan jasa terus berupaya untuk merespon setiap konsumen yang ingin mendapatkan pelayanan, kedua, mengusahakan agar karyawan melakukan pelayanan dengan cepat, tepat, dan cermat, serta ketiga, pelayanan dengan waktu yang tepat, dan menerima semua keluhan pelanggan direspon oleh karyawan. Mengusahakan agar bagian office melakukan pelayanan dengan cepat, tepat, dan cermat, serta tepat waktu serta berusaha untuk mendorong para tour leader agar tour leader melakukan pelayanan dengan cepat, tepat, dan cermat, serta

tepat waktu, dan menerima semua keluhan pelanggan dan direspon oleh tour leader.

- c. Jaminan (*Assurance*), yaitu pengetahuan dan keramahan karyawan serta kemampuan mereka untuk meningkatkan kepercayaan dan keyakinan atau tingkat pengetahuan dan tingkat kesopan santunan yang harus dimiliki karyawan di samping kemampuan mereka menawarkan kepercayaan dan rasa percaya diri pada pihak konsumen.

Dari hasil penelitian, *Assurance* (Jaminan) pelayanan jasa CV. Aرسال Wisata Nusantara dapat diketahui bahwa perusahaan jasa kami berupaya untuk memberikan jaminan dalam pelayanan, dari aspek hukum kami memberikan jaminan legalitas dalam pelayanan, dan kami memberikan jaminan kepastian dalam pelayanan bahwa tidak ada tambahan biaya lagi.

- d. Empati (*Empathy*), yaitu kepedulian dan pemberian perhatian secara individu kepada konsumen. Termasuk didalamnya adalah mengerti apa yang diinginkan konsumen. Hal itu meliputi kegiatan mempelajari keinginan konsumen, memberikan perhatian secara individu kepada konsumen dan mengenal lebih dekat.

Dari hasil penelitian, *Empathy* (empati) pelayanan jasa CV. Aرسال Wisata Nusantara dapat diketahui bahwa sebagai perusahaan jasa terus berupaya mendahulukan kepentingan konsumen, para karyawan juga diwajibkan melayani dengan sikap ramah, sopan santun, tidak diskriminatif (membeda-bedakan), dan menghargai setiap konsumen.



sikap dalam melayani pelanggannya itu baik mbak, sopan dalam melayaninya, dan juga ramah kepada semua konsumen ataupun calon konsumen, meskipun calon konsumen itu hanya bertanya-tanya mengenai perjalananan. Akan tetapi customer service yang melayaninya selalu sabar dan sopan dalam bersikap.

- e. Yang berwujud (*Tangibles*), yaitu penampilan dari fasilitas fisik, peralatan, personal, dan alat-alat komunikasi. Hal itu meliputi penampilan karyawan, fasilitas fisik, peralatan dan perlengkapan yang digunakan dalam pelayanan. *Tangible* ini merupakan wujud dari suatu *service* atau jasa mulai dari bangunan, interior, seragam petugas atau pegawai perusahaan, perabot yang dipakai, dan sebagainya yang berwujud.

Dari hasil penelitian, *Tangible* (keberwujudan) pelayanan jasa CV. Aرسال Wisata Nusantara dapat diketahui bahwa perusahaan telah memberikan standar pelayanan yang harus diterapkan oleh karyawan yaitu karyawan harus berpenampilan yang bagus dalam melayani pelanggan, karyawan harus memiliki kedisiplinan dalam melakukan pelayanan, karyawan harus memberikan kemudahan informasi bagi pelanggan dalam permohonan pelayanan, dan menjadikan kantor sebagai tempat yang nyaman dalam memberikan pelayanan informasi pada pelanggan. Namun tidak semua karyawan CV. Aرسال Wisata Nusantara menerapkannya. Hal ini disebabkan oleh banyak faktor. Salah satunya adalah tingkat pendidikan karyawan. Adanya konsumen

yang melaporkan tour leader yang kurang memiliki kehangatan dalam memberikan layanan kepada konsumen serta penampilan karyawan sudah sangatlah menarik dengan menggunakan seragam kantor dan juga berpakaian yang rapi, bersih dan sopan. Sehingga para calon konsumen atau konsumen merasa nyaman melihatnya. Namun kadang kala Tour Leader tidak ada jika dibutuhkan untuk klarifikasi jadwal.

Pelayanan jasa *tour and travel* di CV. Aرسال Wisata Nusantara kabupaten Jember perspektif etika bisnis Islam berarti melihat tinjauan pelayanan jasa *tour and travel* di CV. Aرسال Wisata Nusantara dalam perspektif etika bisnis Islam.

Dari penyajian data yang sudah disebutkan di atas diketahui bahwa pelayanan jasa *tour and travel* di CV. Aرسال Wisata Nusantara pada prakteknya telah menggunakan prinsip-prinsip etika bisnis Islam.

Rasulullah SAW sangat banyak memberikan petunjuk mengenai etika bisnis, di antaranya ialah:<sup>118</sup>

- a. Bahwa prinsip esensial dalam bisnis adalah kejujuran. Dalam doktrin Islam, kejujuran merupakan syarat paling mendasar dalam kegiatan bisnis. Rasulullah sangat intens menganjurkan kejujuran dalam aktivitas bisnis. Dalam hal ini, beliau bersabda: “Tidak dibenarkan seorang muslim menjual satu jualan yang mempunyai aib, kecuali ia menjelaskan aibnya” (H.R. Al-Quzwani). “Siapa yang menipu kami, maka dia bukan kelompok kami” (H.R. Muslim). Rasulullah sendiri

<sup>118</sup> Veitzal Rivai, Arifiandy, dan Marissa, *Islamic Transaction Law In Business Dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), 360.

selalu bersikap jujur dalam berbisnis. Beliau melarang para pedagang meletakkan barang busuk di sebelah bawah dan barang baru di bagian atas.

Dari hasil temuan penelitian, diketahui bahwa CV. Aرسال Wisata Nusantara selalu jujur dalam praktek bisnisnya. Segala kesepakatan awal yang ditetapkan diberikan kepada pelanggan pengguna jasa biro perjalanan wisata.

- b. Kesadaran tentang signifikansi sosial kegiatan bisnis. Pelaku bisnis menurut Islam, tidak hanya sekedar mengejar keuntungan sebanyak-banyaknya, sebagaimana yang diajarkan Bapak ekonomi kapitalis, Adam Smith, tetapi juga berorientasi kepada sikap *ta'awun* (menolong orang lain) sebagai implikasi sosial kegiatan bisnis. Tegasnya, berbisnis, bukan mencari untung material semata, tetapi didasari kesadaran memberi kemudahan bagi orang lain dengan menjual barang.

Dari hasil temuan penelitian, diketahui bahwa CV. Aرسال Wisata Nusantara bergerak dalam bidang bisnis, namun juga menggunakan bisnis tersebut untuk kepentingan pemberdayaan dan wawasan konsumen. Artinya perusahaan tidak hanya mengejar keuntungan semata, namun juga memberikan nilai-nilai edukatif kepada pelanggan.

- c. Tidak melakukan sumpah palsu. Nabi Muhammad saw sangat intens melarang para pelaku bisnis melakukan sumpah palsu dalam

melakukan transaksi bisnis Dalam sebuah hadis riwayat Bukhari, Nabi bersabda, “Dengan melakukan sumpah palsu, barang-barang memang terjual, tetapi hasilnya tidak berkah”. Dalam hadis riwayat Abu Zar, Rasulullah saw mengancam dengan azab yang pedih bagi orang yang bersumpah palsu dalam bisnis, dan Allah tidak akan memperdulikannya nanti di hari kiamat (H.R. Muslim). Praktek sumpah palsu dalam kegiatan bisnis saat ini sering dilakukan, karena dapat meyakinkan pembeli, dan pada gilirannya meningkatkan daya beli atau pemasaran. Namun, harus disadari, bahwa meskipun keuntungan yang diperoleh berlimpah, tetapi hasilnya tidak berkah.

Dari hasil temuan penelitian, diketahui bahwa CV. Aرسال Wisata Nusantara selalu jujur dalam praktek bisnisnya. Segala kesepakatan awal yang ditetapkan diberikan kepada pelanggan pengguna jasa biro perjalanan wisata. Hal ini juga dibuktikan dengan kesepakatan menggunakan kontrak kerjasama antara pelanggan dan pelanggan.

- d. Ramah-tamah. Seorang pelaku bisnis, harus bersikap ramah dalam melakukan bisnis. Nabi Muhammad Saw mengatakan, “Allah merahmati seseorang yang ramah dan toleran dalam berbisnis” (H.R. Bukhari dan Tarmizi).

Dari hasil temuan penelitian, diketahui bahwa karyawan CV. Aرسال Wisata Nusantara selalu bersikap ramah pada pelanggan.

- e. Tidak boleh berpura-pura menawar dengan harga tinggi, agar orang lain tertarik membeli dengan harga tersebut. Sabda Nabi Muhammad,

“Janganlah kalian melakukan bisnis najsyah (seorang pembeli tertentu, berkolusi dengan penjual untuk menaikkan harga, bukan dengan niat untuk membeli, tetapi agar menarik orang lain untuk membeli).

Dari hasil temuan penelitian, diketahui bahwa CV. Arsal Wisata Nusantara memberikan harga sesuai dengan ketentuan yang telah berlaku.

- f. Tidak boleh menjelekkkan bisnis orang lain, agar orang membeli kepadanya. Nabi Muhammad Saw bersabda, “Janganlah seseorang di antara kalian menjual dengan maksud untuk menjelekkkan apa yang dijual oleh orang lain” (H.R. Muttafaq ‘alaih).

Dari hasil temuan penelitian, diketahui bahwa CV. Arsal Wisata Nusantara tidak menjelekkkan perusahaan lain yang bergerak di bidang yang sama.

- g. Bisnis tidak boleh mengganggu kegiatan ibadah kepada Allah. Firman Allah, “Orang yang tidak dilalaikan oleh bisnis lantaran mengingat Allah, dan dari mendirikan shalat dan membayar zakat. Mereka takut kepada suatu hari yang hari itu, hati dan penglihatan menjadi goncang”. Membayar upah sebelum kering keringat karyawan. Nabi Muhammad Saw bersabda, “Berikanlah upah kepada karyawan, sebelum kering keringatnya”. Hadist ini mengindikasikan bahwa pembayaran upah tidak boleh ditunda-tunda. Pembayaran upah harus sesuai dengan kerja yang dilakukan.

Dari hasil temuan penelitian, diketahui bahwa CV. Aرسال Wisata Nusantara selalu memberikan waktu dan tempat kepada konsumen untuk selalu melaksanakan kewajibannya sebagai seorang muslim.

- h. Tidak monopoli. Salah satu keburukan sistem ekonomi kapitalis ialah melegitimasi monopoli dan oligopoli. Contoh yang sederhana adalah eksploitasi (penguasaan) individu tertentu atas hak milik sosial, seperti air, udara dan tanah dan kandungan isinya seperti barang tambang dan mineral. Individu tersebut mengeruk keuntungan secara pribadi, tanpa memberi kesempatan kepada orang lain. Ini dilarang dalam Islam.

Dari hasil temuan penelitian, diketahui bahwa CV. Aرسال Wisata Nusantara merupakan satu diantara perusahaan travel dan biro perjalanan yang ada di Jember. Hal ini membuktikan bahwa CV. Aرسال

Wisata Nusantara tidak memonopoli atau tidak menguasai penuh bisnis ini, banyak perusahaan lain yang bergerak dalam bisnis ini.

- i. Tidak boleh melakukan bisnis dalam kondisi eksisnya bahaya (*mudharat*) yang dapat merugikan dan merusak kehidupan individu dan sosial. Misalnya, larangan melakukan bisnis senjata di saat terjadi chaos (kekacauan) politik. Tidak boleh menjual barang halal, seperti anggur kepada produsen minuman keras, karena ia diduga keras, mengolahnya menjadi miras. Semua bentuk bisnis tersebut dilarang Islam karena dapat merusak esensi hubungan sosial yang justru harus dijaga dan diperhatikan secara cermat.

Dari hasil temuan penelitian, diketahui bahwa CV. Aرسال Wisata Nusantara tidak melaksanakan kegiatan usaha yang mengganggu, merugikan orang lain, dan perusahaan lain, bahkan dengan perusahaan lain juga bekerjasama agar terjadi persaingan yang sehat.

- j. Komoditi bisnis yang dijual adalah barang yang suci dan halal, bukan barang yang haram, seperti babi, anjing, minuman keras, ekstasi, dsb. Nabi Muhammad Saw bersabda, “Sesungguhnya Allah mengharamkan bisnis miras, bangkai, babi dan “patung-patung” .

Dari hasil temuan penelitian, diketahui bahwa CV. Aرسال Wisata Nusantara bergerak dalam bidang jasa, dan tidak menjual barang/jasa yang haram.

- k. Bisnis dilakukan dengan suka rela, tanpa paksaan. Firman Allah, “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan cara yang batil, kecuali dengan jalan bisnis yang berlaku dengan suka-sama suka di antara kamu”.

Dari hasil temuan penelitian, diketahui bahwa CV. Aرسال Wisata Nusantara dalam pelaksanaan kegiatan usaha tidak menggunakan cara yang tidak sehat, tidak memaksa, dan saling menghormati dan terbukti dalam perjanjian kerjasama antara perusahaan dengan konsumen.

- l. Segera melunasi kredit yang menjadi kewajibannya. Rasulullah memuji seorang muslim yang memiliki perhatian serius dalam pelunasan hutangnya. Sabda Nabi Saw, “Sebaik-baik kamu, adalah orang yang paling segera membayar hutangnya”.

Dari hasil temuan penelitian, diketahui bahwa CV. Aرسال Wisata Nusantara dalam menjalankan kegiatan usaha dan jasanya memberikan rentang waktu kepada pelanggan untuk melunasi kekurangan biaya yang telah disepakati pada saat kerjasama. Dan perusahaan juga membayar hutang/biaya kepada pihak ketiga (bus) sesuai dengan kesepakatan yang telah terjalin.

- m. Memberi tenggang waktu apabila pengutang (kreditor) belum mampu membayar. Sabda Nabi Saw, “Barang siapa yang menanggukkan orang yang kesulitan membayar hutang atau membebaskannya, Allah akan memberinya naungan di bawah naunganNya pada hari yang tak ada naungan kecuali naungan-Nya”.

Dari hasil temuan penelitian, diketahui bahwa CV. Aرسال Wisata Nusantara tenggang waktu apabila pengutang (kreditor) belum mampu membayar sesuai dengan kesepakatan yang telah terjalin.

- n. Bahwa bisnis yang dilaksanakan bersih dari unsur riba. Firman Allah, “Hai orang-orang yang beriman, tinggalkanlah sisa-sisa riba jika kamu beriman Pelaku dan pemakan riba dinilai Allah sebagai orang yang kesetanan. Oleh karena itu Allah dan Rasulnya mengumumkan perang terhadap riba.

Dari hasil temuan penelitian, diketahui bahwa CV. Aرسال Wisata Nusantara tidak melipatgandakan hutang dan memberi bunga kepada pelanggan dan kepada pihak ketiga.



Dalam menjalankan kegiatan usaha dan pelayanan jasa, CV. Arsal Wisata Nusantara Jember telah memenuhi ketentuan etika bisnis dalam ekonomi Islam, diantara ketentuan tersebut yaitu :

a. Kesatuan (*Tauhid/Unity*)

Dalam hal ini adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan yang homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh.

Dari konsep ini maka Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula maka etika dan bisnis menjadi terpadu, vertikal maupun horisontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam.

Dari hasil temuan penelitian dan analisis data, diketahui bahwa CV. Arsal Wisata Nusantara memadukan keterpaduan kegiatan bisnis ekonomi dengan agama. Salah satunya dengan wisata religi.

b. Keseimbangan (*Equilibrium/Adil*)

Islam sangat mengajurkan untuk berbuat adil dalam berbisnis, dan melarang berbuat curang atau berlaku dzalim. Rasulullah diutus Allah untuk membangun keadilan. Kecelakaan besar bagi orang yang berbuat curang, yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari

orang lain meminta untuk dipenuhi, sementara kalau menakar atau menimbang untuk orang selalu dikurangi.

Dari hasil temuan penelitian dan analisis data, diketahui bahwa CV. Arsal Wisata Nusantara dalam menjalankan kegiatan usaha dan pelayanan jasa, CV. Arsal Wisata Nusantara Jember berusaha untuk memenuhi ketentuan etika bisnis dalam ekonomi Islam khususnya keseimbangan. Hal ini dapat dilihat dari pemberian waktu untuk menjalankan ibadah kepada para konsumen saat pelaksanaan kegiatan wisata.

c. Kehendak Bebas (*Free Will*)

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya.

Kecenderungan manusia untuk terus menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tak terbatas dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakatnya melalui zakat, infak dan sedekah.

Dari hasil temuan penelitian dan analisis data, diketahui bahwa CV. Arsal Wisata Nusantara dalam menjalankan kegiatan usaha dan pelayanan jasa, CV. Arsal Wisata Nusantara Jember berusaha untuk memenuhi ketentuan etika bisnis dalam ekonomi Islam khususnya

kehendak bebas. Hal ini dapat dilihat dari pemberian kebebasan untuk memilih dan menikmati segala layanan yang diberikan oleh perusahaan.

d. Tanggungjawab (*Responsibility*)

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas. Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya.<sup>119</sup>

Dari hasil temuan penelitian dan analisis data, diketahui bahwa CV. Arsal Wisata Nusantara dalam menjalankan kegiatan usaha dan pelayanan jasa, CV. Arsal Wisata Nusantara Jember berusaha untuk memenuhi ketentuan etika bisnis dalam ekonomi Islam khususnya tanggung jawab. Perusahaan berusaha untuk bertanggung jawab atas segala pelaksanaan kegiatan dan pelayanan jasa yang diberikan kepada pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari penjemputan pelanggan, pemberangkatan ke lokasi wisata, pelayanan konsumsi dan pemulangan pelanggan.

---

<sup>119</sup> Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013), 46.

e. Kebenaran: kebajikan dan kejujuran

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan.

Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis.<sup>120</sup>

Dalam menjalankan kegiatan usaha dan pelayanan jasa, CV. Aرسال Wisata Nusantara Jember berusaha untuk selalu menjalankan dan memenuhi ketentuan etika bisnis dalam ekonomi Islam yaitu kebenaran, kejujuran dan keadilan. Para karyawan CV. Aرسال Wisata Nusantara Jember dalam menjalankan kegiatan usahanya

Jadi dengan demikian, pelayanan jasa tour and travel di CV. Aرسال Wisata Nusantara kabupaten Jember dalam perspektif etika bisnis Islam dari segi pemberian informasi dari bagian pemasaran, pemberian informasi dari bagian office, pelaksanaan wisata menggunakan jasa perusahaan, dan

---

<sup>120</sup> Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013), 47.

pemulangan ke lokasi penjemputan telah memenuhi prinsip dasar etika bisnis Islam.

## **2. Faktor pendukung pelayanan jasa *tour and travel* di CV. Aرسال Wisata Nusantara kabupaten Jember**

Dari hasil penelitian terdahulu ditemukan bahwa faktor pendukung yang ada diantaranya yaitu

- a. Letak geografis
- b. Kelengkapan produk dan fasilitas yang dimiliki perusahaan sebagai fasilitas pelayanan.
- c. Sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan sangat memadai
- d. Publikasi yang terus menerus di beberapa media cetak dan elektronik.<sup>121</sup>

Pernjelasan Dzulkifli sesuai dengan hasil temuan penelitian di atas tentang faktor pendukung dalam pelayanan jasa *tour and travel* di CV.

Aرسال Wisata Nusantara kabupaten Jember ditemukan bahwa:

- a. bisnis biro perjalanan terbilang masih merintis, akan tetapi peminatnya banyak.
- b. adanya kerjasama yang baik antara karyawan dengan pekerjaannya, serta antara karyawan satu dengan karyawan lainnya
- c. adanya kerjasama dengan instansi yang lain sebagai calon konsumen.
- d. banyak pelanggan yang sudah mempercayai pemesanan layanan *tour and travel*

<sup>121</sup> Dzulkifli, *Manajemen Pelayanan Jamaah Haji dan Umrah PT.Patuna Tour dan Travel (Skripsi, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2010)*, iv.

- e. sikap karyawan perusahaan dalam melayani pelanggannya, karena sikap dan pelayanan yang diberikan sangat menentukan terhadap kelanjutan dan nama baik perusahaan travel tersebut.

Jika kedua hal di atas dibahas maka dapat diketahui bahwa faktor pendukung pelayanan jasa tour dan travel di CV. Arsal Wisata Nusantara Kabupaten Jember yang perlu diperbaiki yaitu mempertimbangan letak geografis, dan perlu mengembangkan fasilitas yang ada sebagai fasilitas dalam melayani pelanggan dan menambah sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan, dan harus melakukan publikasi yang terus menerus di beberapa media cetak dan elektronik.

### 3. **Faktor penghambat pelayanan jasa *tour and travel* di CV. Arsal Wisata Nusantara kabupaten Jember**

Dari hasil penelitian terdahulu, faktor – faktor yang menghambat Ermi Tour dalam memberikan pelayanan adalah faktor keandalan (reliability) faktor ini merupakan salah satu faktor terpenting. Khususnya pada kecepatan dan ketepatan dalam menyelesaikan semua pekerjaan khususnya pada pengurusan dokumen. Kendala penghambat lainnya adalah faktor empati (empaty) ini dapat pada kemampuan staff dalam menangani semua keluhan dengan baik dan professional.<sup>122</sup>

Dari hasil penelitian di atas tentang faktor penghambat dalam pelayanan jasa tour and travel di CV. Arsal Wisata Nusantara kabupaten Jember ditemukan bahwa:

<sup>122</sup> Siti Aisyah Suciwati, *Peningkatan kualitas pelayanan pada biro perjalanan wisata Ermi Tour Di Padang, Sumatera Barat* (Tesis, Bali: Universitas Udayana: 2011), iv.

- a. terdapat konsumen yang tiba-tiba membatalkan pemesanan sebelum pelaksanaan
- b. perusahaan masih belum memiliki website sehingga pelayanan informasi via online kurang terpenuhi.
- c. kurangnya pengalaman karyawan dalam bidang biro perjalanan.
- d. disiplin kerja karyawan sangat kurang dan tidak tepat waktu.
- e. jadwal yang terlambat dikarenakan ketidakpatuhan konsumen dengan jadwal yang telah ditetapkan
- f. faktor teknis seperti macet di pelabuhan atau jalan raya dan kendaraan yang rusak pada waktu perjalanan.

Pernyataan Siti Aisyah sesuai dengan temuan penelitian bahwa faktor penghambat pelayanan jasa sangat mempertimbangkan faktor *reability, tangible, responsiveness, Assurance, dan Empathy.*

IAIN JEMBER

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dari kegiatan penelitian berupa observasi, interview dan dokumentasi, yang diikuti dengan analisis data terkait pelayanan jasa tour and travel di CV. Aرسال Wisata Nusantara kabupaten Jember perspektif etika bisnis Islam dapat diperoleh kesimpulan:

1. CV. Aرسال Wisata Nusantara merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa perjalanan. Perusahaan memberikan pelayanan jasa dengan menerapkan etika bisnis Islam kepada pelanggan. Pelayanan ini berawal dari promosi dan pemberian informasi dari pemasaran dan bagian kantor serta penandatanganan kontrak kerjasama, pelaksanaan wisata hingga selesainya tur perjalanan. Pelayanan yang diberikan CV. Aرسال Wisata Nusantara selalu berupaya untuk memberikan keramahan, kejujuran, dan tanggung jawab serta memprioritaskan etika Islam kepada pelanggan. Selain itu, perusahaan sangat mempertimbangkan aspek-aspek pelayanan prima yaitu *reability*, *tangible*, *responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy* dalam praktek pelayanan jasa.
2. Faktor pendukung dalam pelayanan jasa tour and travel di CV. Aرسال Wisata Nusantara kabupaten Jember yaitu adanya kerjasama yang baik antara karyawan dengan pekerjaannya, serta antara karyawan satu dengan karyawan lainnya, adanya kerjasama dengan instansi yang lain sebagai calon konsumen; sikap karyawan perusahaan dalam melayani



pelanggannya, bisnis agen perjalanan merupakan kebutuhan bagi banyak pelanggan.

3. Faktor penghambat dalam pelayanan jasa tour and travel di CV. Aرسال Wisata Nusantara kabupaten Jember yaitu terdapat konsumen yang tiba-tiba membatalkan pemesanan sebelum pelaksanaan, perusahaan masih belum memiliki website sehingga pelayanan informasi via online kurang terpenuhi, kurangnya pengalaman karyawan dalam bidang biro perjalanan, disiplin kerja karyawan sangat kurang dan tidak tepat waktu, jadwal yang terlambat dikarenakan ketidakpatuhan konsumen dengan jadwal yang telah ditetapkan, faktor teknis seperti macet di pelabuhan atau jalan raya dan kendaraan yang rusak pada waktu perjalanan.

## **B. Saran**

Sebagai tindak lanjut terakhir dari kegiatan penelitian ini, ada beberapa saran yang perlu disampaikan peneliti kepada seluruh komponen terkait hasil penelitian yang telah dilaksanakan. Beberapa saran yang tepat disampaikan peneliti untuk dijadikan pertimbangan antara lain :

- a. Direktur CV. Aرسال Wisata Nusantara hendaknya secara terus menerus melakukan perbaikan-perbaikan dalam semua proses kegiatan pelayanan jasa agar terdapat nilai-nilai etika bisnis Islam.
- b. Bagi karyawan CV. Aرسال Wisata Nusantara perlu kiranya terus menerus untuk meningkatkan kemampuan baik dalam bidang pelayanan jasa maupun keagamaan yang berkaitan etika bisnis Islam.

- c. Konsumen CV. Aرسال Wisata Nusantara perlu kiranya memberikan saran, kritik dan masukan bagi pelayanan jasa yang telah diterapkan, sehingga memiliki pengaruh dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh CV. Aرسال Wisata Nusantara selanjutnya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Muhammad. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Aziz, Abdul. 2013. *Etika Bisnis Perspektif Islam, Implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha*. Bandung: Alfabeta.
- Bertens, K. 2011. *Etika*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Media.
- Departemen Agama RI, 1989, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Semarang, CV. Thoha Putra
- Dzulkifli, 2010. *Manajemen Pelayanan Jamaah Haji dan Umrah PT.Patuna Tour dan Travel*. Skripsi, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah
- Fauzia, Ika Yunia. 2014. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Harahap, Sofyan. 2010. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Salemba Empat.
- Huberman, A. Michael & Matthew B. Miles. 2007. *Analisis Data Kualitatif-Buku Sumber tentang Metode-metode Baru*, Terj.Tjetjep Rohendi Rohidi. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Keraf, A. Sonny. 1998. *Etika Bisnis Dan Relevansinya*. Yogyakarta: Kanisius.
- Khairani, Hanni. 2015. “*Etika Bisnis Islam Tentang Manajemen Laba*”. Skripsi, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi Tiga Belas*. Jakarta: PT Erlangga.
- Lupiyoadi, Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Mahmud. 2011. *Metode penelitian pendidikan*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Marissa, Veitzal Rivai, Arifiandy. 2011. *Islamic Transaction Law In Business Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Moleong, Lexy J. 2008. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan “Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D”*. Bandung: Alfabeta.
- Suciwati, Siti Aisyah. 2011. *Peningkatan kualitas pelayanan pada biro perjalanan wisata Ermi Tour Di Padang, Sumatera Barat*. Tesis, Bali: Universitas Udayana
- Supranto, Johannes. 2003. *Metode Riset ; Aplikasinya dalam Pemasaran*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Tim Revisi IAIN Jember. 2015. *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah* Jember: IAIN Jember Press.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Yahya, Ervan Nur. 2016. “Manajemen Pelayanan Jamaah Umroh Dan Haji di PT. Arofah Mina Tour And Travel Surabaya”. Skripsi, Surabaya: UIN Sunan Ampel.
- Zulkipli, 2010. “Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan Usaha Pada PT. Asuransi Syariah Mubarakah”. Skripsi, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.



## MATRIK PENELITIAN

Judul	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Fokus Penelitian
ANALISIS PELAYANAN JASA TOUR AND TRAVEL PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM DI CV. ARSAL WISATA NUSANTARA KABUPATEN JEMBER	A. Pelayanan Jasa <i>Tour And Travel</i>  B. Etika Bisnis Islam	1. Kualitas pelayanan jasa  1. Konsep Etika Bisnis Islam 2. Prinsip-prinsip etika bisnis Islam 3. Ruang Lingkup Etika Bisnis Islam	1. <i>Tangible</i> 2. <i>Reability</i> 3. <i>Responsiveness</i> 4. <i>Assurance</i> 5. <i>Empathy</i>  1. Kesatuan ( <i>unity</i> ) 2. Keseimbangan ( <i>equilibrium</i> ) 3. Kehendak bebas ( <i>free will</i> ) 4. Tanggung Jawab ( <i>responsibility</i> ) 5. Kebenaran, Kebajikan, dan Kejujuran	1. Informan a. Owner CV. Arsal Wisata Nusantara. b. Manager CV. Arsal Wisata Nusantara c. Staff dan Karyawan d. Pelanggan CV. Arsal Wisata Nusantara  2. Dokumentasi 3. Kepustakaan	1. Pendekatan dan jenis Penelitian Kualitatif <i>Deskriptif</i> 2. Subyek Penelitian: Tehnik <i>Purposive Sampling</i> 3. Tekhnik Pengumpulan Data: a. Observasi b. Interview c. Dokumentasi 4. Tehnik Analisis Data: Analisis Kualitatif Deskriptif 5. Keabsahan Data: <i>Trianggulasi Sumber</i>	1. Bagaimana pelayanan jasa <i>tour and travel</i> di CV. Arsal Wisata Nusantara kabupaten Jember dalam perspektif Etika Bisnis Islam?  2. Apa saja faktor pendukung pelayanan jasa <i>tour and travel</i> di CV. Arsal Wisata Nusantara kabupaten Jember?  3. Apa saja faktor penghambat pelayanan jasa <i>tour and travel</i> di CV. Arsal Wisata Nusantara kabupaten Jember ?

## BIODATA PENULIS



Nama : Dewi Nurmala Sari  
Tempat, tanggal lahir : Bali, 03 Oktober 1995  
Alamat : Jl. Raya Sempidi Br. Gede  
No. 31 Mengwi Bali  
No. Hp. : 082 330 099 676  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Program Studi : Ekonomi Syariah

### Riwayat Pendidikan :

1. TK Aisyah 04 Ubung : Th. 2000-2001
2. SD Muhammadiyah 04 Ubung : Th. 2001-2007
3. SMP Plus Darussalam Banyuwangi : Th. 2007-2010
4. SMK Darussalam Banyuwangi : Th. 2010-2013
5. IAIN Jember : Th. 2013-2017

# IAIN JEMBER



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
 Jember

Nomor : B500/In.20/7.a/PP.00.9/04/2017  
 Lampiran :  
 Perihal : Izin Penelitian Skripsi

Kepada Yth.  
 Bapak/Ibu/Sdr : Pimpinan Arsal Tour And Travel  
 Di  
 TEMPAT

*Assalamu'alaikum W, Wb.*  
 Diberitahukan dengan hormat bahwa untuk penyelesaian Program Sarjana S-1 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember, mohon berkenan kepada Bapak/Ibu pimpinan untuk memberikan izin penelitian kepada mahasiswa dengan identitas sebagai berikut :

- Nama : Desni Nurmalia Sari
- NIM : 081134082
- Semester : 8 (Delapan)
- Prodi : Ekonomi Islam
- Jurusan : Ekonomi Syariah
- Alamat : Jl. Raya Sempati Dr. Gede No 31 Mengwi Bali
- No TLP : 082 330 099 676
- Instansi : Pelayanan Jasa Tour And Travel Perspektif Duka  
 Heany Idani (Studi kasus Arsal Tour And Travel Guala Utara Mas K24 Tegay Besar)

Demikian Surat izin ini, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih  
*Wassalamu'alaikum W, Wb.*

Jember, 20 April 2017  
 an. Dekan,  
 Wakil Dekan Bidang Akademik  
 Pengembangan Lembaga

*[Signature]*  
 Rokhim, S.Ag., M.E.I  
 30830 199903 1 002







# Aarsal Travel

Tour . Umroh . Transport

GRAHA CITRA MAS K24 TEGAL BESAR JEMBER JAWA TIMUR

## SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Moh. Syamsul Arifin, S.Pd.I

Jabatan : Direktur Utama

Menerangkan bahwa :

Nama : DEWI NURMALA SARI

NIM : 083 134 082

Telah melaksanakan penelitian di CV. Aarsal Wisata Nusantara Graha Citra Mas K24 Tegal Besar Jember mulai tanggal 25 April 2017 s/d 21 Mei 2017 dengan judul penelitian : "Pelayanan Jasa Tour & Travel Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Cv Aarsal Wisata Nusantara Graha Citra Mas K24 Tegal Besar tahun 2016)."

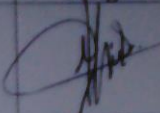

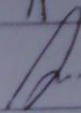
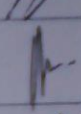
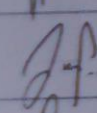
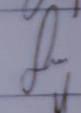

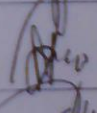
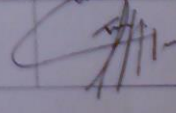
Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 07 Juni 2017

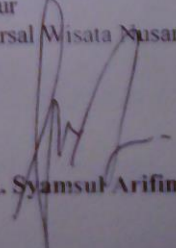
Moh. Syamsul Arifin, S.Pd.I



### JURNAL PENELITIAN

No.	Tanggal	Agenda Penelitian	Tanda Tangan
1	25 April 2017 Jam: 10.00 WIB	Memberikan Surat Ijin Penelitian dan melakukan Observasi Awal (Wima Indah)	
2	27 April 2017 Jam 09.00 WIB	Melakukan Wawancara dengan Moch. Syamsul Arifin, S.Pd.I	
3	27 April 2017 Jam 11.00 WIB	Melakukan Wawancara dan Observasi dengan Wima Indah	
4	29 April 2017 Jam 13.00 WIB	Melakukan Wawancara dengan Slamet	
5	2 Mei 2017 Jam 08.00 WIB	Melakukan Wawancara dengan Nina Prabawati	
6	2 Mei 2017 Jam 09.00 WIB	Melakukan Wawancara dengan Sholehuddin dan Observasi	
7	16 Mei 2017 Jam 11.00 WIB	Melakukan Wawancara dengan Firman	
8	20 Mei 2017 Jam 11.00 WIB	Melakukan Wawancara dengan Syaiful Bahri dan Observasi	
9	21 Mei 2017 Jam 08.00 WIB	Dokumentasi dengan manager beserta jajarannya	

Jember, 12 Juni 2017  
 Direktur  
 CV. Aرسال Wisata Nusantara

  
 Moch. Syamsul Arifin, S.Pd.I

## DOKUMENTASI CV. ARSAL WISATA NUSANTARA



Dokumentasi dan wawancara peneliti bersama Direktur CV. Arsal Wisata Nusantara setelah melakukan wawancara



Dokumentasi dan wawancara peneliti bersama Direktur dan karyawan CV. Arsal Wisata Nusantara



Observasi karyawan CV. Arsal Wisata Nusantara



Observasi karyawan CV. Arsal Wisata Nusantara



Observasi karyawan CV. Arsal Wisata Nusantara





Wawancara dengan Bapak Firman Selaku Konsumen CV. Aرسال Wisata Nusantara



Dokumentasi Leader dan Guide CV. Aرسال Wisata Nusantara

## SURAT PENYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Dewi Nurmala Sari  
NIM : 083 134 082  
Program Studi : Ekonomi Syariah (ES)  
Jurusan : Ekonomi Islam

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: "**Analisis Pelayanan Jasa Tour And Travel Perspektif Etika Bisnis Islam Di Cv. Aرسال Wisata Nusantara Kabupaten Jember**" secara keseluruhan adalah hasil kajian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Jember, 10 Juni 2017

Saya yang menyatakan,



Dewi Nurmala Sari  
NIM. 083 134 082