ABSTRAK

Siti Romlah, 2016: Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Komunikasi Pemasaran Biro Perjalanan Haji atau Umroh (Study: PT. Ebad Wisata Jember "Tour dan Travel")

Etika Bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan. Sebagai bisnis yang bergerak dalam bidang jasa pelayanan umrah dan haji dengan persaingan yang cukup ketat dengan biro-biro perjalanan umrah dan haji lain, membuat PT Ebad Wisata Jember dituntut agar memiliki kebijakan strategi komunikasi pemasaran yang efektif dan efisien dalam mempromosikan produk dan jasa yang mereka tawarkan. Apakah strategi komunikasi yang dijalankan oleh perusahaan PT Ebad Wisata tersebut sesuai dengan penerapan etika bisnis Islam atau tidak mengingat dengan persaingan-persaingan diluar yang sangat ketat.

Fokus penelitian ini adalah: 1) Bagaimana strategi komunikasi pemasaran biro perjalanan haji atau umroh PT. Ebad Wisata Jember "Tour dan Travel"?, 2). Bagaimana penerapan etika bisnis Islam dalam komunikasi pemasaran biro perjalanan haji atau umroh PT. Ebad Wisata Jember "Tour dan Travel"?

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Penentuan informan menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan analisis deskriptif. Uji keabsahan data dilakukan denagn triangulasi sumber.

Hasil penelitian ini adalah: 1). Strategi komunikasi pemasaran yang dilaksanakan oleh PT. Ebad Wisata Jember yaitu: a). penjualan personal b). Periklanan c). Promosi penjualan d). Publisitas e). Pemasaran langsung 2). Penerapan etika bisnis Islam dalam komunikasi pemasaran biro perjalanan haji atau umroh PT. Ebad Wisata Jember yaitu: a). Prinsip Otonomi yaitu membekali para karyawan dengan dengan *public speaking*, *product knowledge*, dan *service excellent* agar dapat menguasai produk, melayani serta memberikan sosuli kepada pelanggan dengan tepat dan benar, b). Prinsip kejujuran (*Shiddiq*) yaitu menyampaikan informasi kepada pelanggan dengan apa adanya da tidak menjebak atau sesuai dengan faktanya, c). Prinsip keadilan yaitu dengan menggunakan bahasa yang di mengerti pelanggan, d). Prinsip saling menguntungkan yaitu senantiasa konsisten menginformasikan dengan mengedepankan nilai kejujuran, agar semua pihak berusaha saling menguntungkan satu sama lain, e). Prinsip integritas moral yaitu dengan menjamin kualitas produk sehingga mampu menjaga nama baik perusahaan dan nama baik pelanggan serta bertanggungjawab terhadap amanah yang menjadi hak pelanggan.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id