

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM DALAM
PELAYANAN PADA BIRO PERJALANAN WISATA
(Studi Eduwisata Semarang)**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Strata S.1 dalam Ilmu Ekonomi Islam



Oleh :

MUHAMMAD GUFRON MA'ARIF

NIM 1705026096

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISMIS ISLAM
UIN WALISONGO SEMARANG**

2022

PERSETUJUAN PEMBIMBING



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp/Fax (024)7608454 Semarang 50185
website : febi.Walisongo.ac.id – Email febi @ walisongo.ac.id

Lamp : -

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi
An. Sdr. Muhammad Gufron Ma'arif

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di Semarang

Assalaamualaikum Wr. Wb

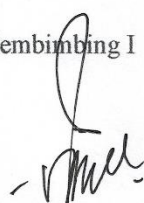
Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya,
maka kami menyatakan bahwa naskah skripsi saudara:

Nama : Muhammad Gufron Ma'arif
NIM : 1705026096
Jurusan : Ekonomi Islam
Judul : **Implementasi Etika Bisnis Islam dalam
Pelayanan pada Biro Perjalanan Wisata (Studi Eduwisata Semarang)**

Demikian ini kami setuju dan mohon kiranya dapat segera
dimonaqosahkan. Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

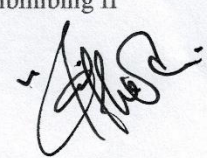
Wassalaamualaikum Wr. Wrb

Pembimbing I


Zuhdan Ady Fataron, S.T.,MM
NIP: 198403082015031003

Semarang, September 2022

Pembimbing II


Septiana Na'afi, S.H.I.,M.S.I
NIP: 198909242019032018

LEMBAR PENGESAHAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp/Fax (024)7608454 Semarang 50185
website : febi.Walisongo.ac.id – Email febi @ walisongo.ac.id

PENGESAHAN

Nama : Muhammad Gufron Ma'arif
NIM : 1705026096
Judul : Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan pada
Biro Perjalanan Wisata (Studi Eduwisata Semarang)

Telah dimunaqasyahkan oleh dewan penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, serta dinyatakan telah lulus dengan predikat cumlaude/baik/cukup pada tanggal 5 Oktober 2022 dan dapat diterima sebagai pelengkap ujian akhir untuk memperoleh gelar sarjana (Strata satu/S1) pada Ilmu Ekonomi Islam.

Semarang, 5 Oktober 2022

Ketua Sidang

Fita Nurotul Faizah, M.E.

NIP. 199405032019032026

Sekretaris Sidang

Zuhdan Adv Fataron, S.T.,MM

NIP: 198403082015031003

Penguji Utama I

Nurudin, S.E., M.M

NIP. 199005232015031004

Penguji Utama II

Warno, S.E., M.Si

NIP. 198307212015031002

Pembimbing I

Zuhdan Adv Fataron, S.T.,MM

NIP: 198403082015031003

Pembimbing II

Septiana Na'afi, S.H.I.,M.S.I

NIP: 198909242019032018



MOTTO

... وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ۚ

“... dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.”

QS. Al-Ma'idah [5]: 2

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah 'ala kulli hal, segala puji bagi Allah dalam setiap keadaan yang tidak pernah berhenti mencurahkan rahmat, hidayah, serta perlindungan kepada hamba-Nya pada setiap fase kehidupan. Tanpa izin dari-Nya, Penulis tidak akan mungkin menyelesaikan kewajiban ini dengan baik. Shalawat serta salam senantiasa dihaturkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, karena beliau adalah sumber dari segala ilmu pengetahuan yang ada serta syafaatnya kita harapkan di Hari Akhir nanti.

Karya ini saya persembahkan dengan setulus hati kepada:

1. Orang Tua tercinta, Bapak Abdul Hadi dan Ibu Shofiyatun yang tiada henti memberikan kasih sayang serta dukungan dalam segala hal. *Rabbighfiri waliwalidayya warhamhuma kama rabbayani saghira.*
2. Adik saya tercinta Muhammad Ulil Hida yang menjadi motivasi saya untuk menjadi seorang yang bermanfaat . Semoga Allah berikan kesehatan dan kebahagiaan lahir-batin serta dilancarkan dalam menempuh pendidikan.
3. Bapak Drs. H. Hasyim Syarbani, MM. selaku wali dosen saya, terimakasih atas semua bimbingan dan perhatian kepada mahasiswanya, nasihat dan ilmu yang telah beliau berikan kepada saya akan selalu saya ingat dan kenang dalam menjalani kehidupan selanjutnya.
4. Dosen Pembimbing, Bapak Zuhdan Ady Fataron, S. T., MM dan Ibu Septiana Na'afi, S. H. I., M. S. I. yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran untuk memberikan arahan dan bimbingan sehingga saya dapat menyelesaikan kewajiban ini dengan baik. Semoga Allah berikan kesehatan dan kebahagiaan lahir-batin.
5. Kepada teman-teman saya di kampus yang tercinta ini, khususnya teman-teman di kelas Ekonomi Islam C 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Kalian menjadi pengiring dari setiap kejadian saya selama di bangku perkuliahan.

6. Sahabat-sahabat saya dalam Lingkaran Cah Bakoh yang selalu mendukung dengan rasa kekeluargaan dan rasa kebersamaan.
7. Tidak lupa untuk Eduwisata Semarang yang sudah dengan baik menerima dan berkenan menjadi subyek penelitian dalam skripsi ini.
8. Teman-teman terkasih, siapapun dan di manapun kalian berada yang senantiasa menemani, memberikan dukungan, dan saling menguatkan. Semoga Allah permudah segala urusan yang sedang kalian lakukan.

DEKLARASI

DEKLARASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Gufron Ma'arif

NIM : 1705026096

Jurusan/Progam Studi : Ekonomi Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

**“IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PELAYANAN PADA
BIRO PERJALANA WISATA (STUDI EDUWISATA SEMARANG)”**

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, Penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang pernah ditulis oleh pihak lain atau telah diterbitkan. Demikian pula skripsi ini tidak berisi pemikiran-pemikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan sebagai bahan rujukan.

Semarang, 5 Oktober 2022

Deklarator



Muhammad Gufron Ma'arif

NIM. 1705026096

PEDOMAN TRANSLITERASI HURUF ARAB KE HURUF LATIN

Pedoman transliterasi merupakan salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam penulisan skripsi sebagai pengalihan dari huruf Arab atau lainnya ke huruf latin. Pedoman transliterasi tersebut diantaranya:

Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin
ا	Alif	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B
ت	Ta'	T
ث	Tsa	ṡ
ج	Jim	J
ح	Ha'	ḥ
خ	Kha'	Kh
د	Dal	D
ذ	Dzal	Ḍ
ر	Ra'	R
ز	Za	Z
س	Sin	S
ش	Syin	Sy
ص	Shad	ṣ
ض	Dhad	ḍ
ط	Tha'	ṭ
ظ	Zha'	ẓ
ع	'Ain	‘
غ	Ghain	G
ف	Fa'	F
ق	Qaf	Q
ك	Kaf	K

ل	Lam	L
م	Mim	M
ن	Nun	N
و	Wau	W
ه	Ha	H
ء	Hamzah	‘
ي	Ya’	Y

Vokal

َ = a

ِ = i

ُ = u

Diftong

اي = ay

او = aw

Syaddah

Syaddah dilambangkan dengan konsonan ganda, misal: تُمَّ (*Tsumma*). بِكُلِّ
(*Bikulli*)

Kata Sandang (...ال)

Kata sandang (...ال) ditulis dengan *al*-... misalnya اَلْحِسَابِ (*Al-hisabi*)

Ta’ Marbutah

Ta’ marbutah ditulis dengan huruf “h” apabila *ta’ marbutah* mati atau dibaca seperti berharakat sukun misalnya اَلْمَعْشَرَاتِ (*Al-ma’isyah*).

ABSTRACT

A travel agency is one type of tourism service business that produces products that refer to the needs and needs of tourists. This product is a product that contains aspects of all services needed by tourists, from departure to return. Therefore, Indonesia is mostly a Muslim community, services in accordance with Islamic business ethics are needed by the community. This study focuses on the following problems: 1) How is the service at the Eduwisata Semarang travel agency? 2) How to implement Islamic business ethics in services at the Eduwisata Semarang travel agency.

This research is quantitative descriptive. The methods used for data collection in this research are observation, interviews, documentation and data triangulation. The technical data analysis uses several stages, namely data reduction, presentation and then drawing conclusions and verification.

The results of this study indicate that the implementation of Islamic business ethics in services at the Semarang Eduwisata travel agency is as follows: The Semarang Eduwisata bureau service has a model that is used in the service including completing the process and all kinds of preparations for tourist attractions, educating consumers when traveling, choosing places to visit. location, as well as the selection of places to eat and lodging. As for the implementation of Islamic business ethics in services by doing several things, namely Unity (unity), Equilibrium (Balance, Fair), Freewil (Freedom of will), and responsibility.

Keywords: *Islamic Business Ethics, Services, Travel Bureau*

ABSTRAK

Biro perjalanan merupakan salah satu jenis usaha jasa pariwisata yang menghasilkan produk yang mengacu pada keuasan dan kebutuhan wisatawan. Produk tersebut merupakan produk yang mengandung aspek segaa peayanan yang dibutuhkan wisatwan, mulai dari keberangkatan hingga kepullanganya. Maka dari itu, Indonesia kebanyakan penduduk masyarakat muslim, pelayanan sesuai dengan etika bisnis islam sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Penelitian ini mengambill focus permasalahan: 1) Bagaimana pelayanan pada biro perjalanan wisata Eduwisata Semarang? 2) Bagaimana implementasi etika bisnis islam dalam pelayanan pada biro perjalanan wisata Eduwisata Semarang.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Metode yang digunakan untuk pengumpulan data peneitian ini yaitu observasi, wawancara, dokumentasi dan triangulasi data. Adapun teknis anaisis data menggunakan beberapa tahapan, yaitu reduksi data, penyajian kemudian menarik kesimpulan dan verifikasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi etika bisnis islam dalam pelayanan pada biro perjalanan Eduwisata Semarang sebagai berikut: Layanan biro Eduwisata Semarang memiliki model yang digunakan dalam pelayanan diantaranya menyelesaikan proses dan segala jenis persiapan ke tempat wisata, melakukan edukasi kepada konsumen saat perjalanan wisata, pemilihan tempat lokasi, serta pemilihan tempat makan dan penginapan. Adapun implementasi etika bisnis islam dalam layanan dengan melakukan beberapa hal yaitu Unity (kesatuan), Equilibrium (Keseimbangan, Adil), Freewil (Kebebasan berkehendak), dan tanggungjawab.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Pelayanan, Biro Perjalanan Wisata

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta perlindungan-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **”Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan pada Biro Perjalanan Wisata (Studi Eduwisata Semarang)”**. Shalawat serta salam senantiasa dihaturkan kepada junjungan Baginda Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan suri tauladan untuk kehidupan manusia yang lebih baik di dunia maupun kelak di akhirat.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) dalam ilmu Ekonomi Islam. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyelesaian karya ini masih jauh dari kata sempurna, namun dengan adanya bantuan dan dukungan dalam bentuk moril maupun materiil dari berbagai pihak pada akhirnya dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini Penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada berbagai pihak di antaranya:

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M. Ag. selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M. Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak H. Ade Yusuf Mujaddid, M. Ag. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
4. Bapak Nurudin, S. E., MM selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
5. Bapak Zuhdan Ady Fataron, S. T., MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan serta bimbingan dalam proses penyusunan skripsi.
6. Ibu Septiana Na’afi, S. H. I., M. S. I. selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan serta bimbingan dalam proses penyusunan skripsi.

7. Seluruh Dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang senantiasa membantu dalam proses administrasi dalam proses penyusunan skripsi.
8. Staff beserta Karyawan di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang senantiasa membantu dalam proses administrasi dalam proses penyusunan skripsi.
9. Orang Tua tercinta, Bapak Abdul Hadi dan Ibu Shofiyatun yang tiada henti memberikan kasih sayang serta dukungan dalam segala hal..
10. Adik saya tercinta Muhammad Ulil Hida yang saya sayangi dan yang selalu memberikan dukungan.
11. Keluarga besar Eduwisata Semarang yang telah memberikan ilmu dan pengalaman berharga, khususnya dalam bidang kepariwisataan.
12. Diri sendiri, yang mampu bertahan dan senantiasa meneguhkan niat untuk berjuang menggapai masa depan yang lebih baik.

Kepada semua pihak Penulis mengucapkan banyak terima kasih, semoga segala bantuan dan dukungan yang diberikan mendapatkan balasan dari Allah SWT.

Dengan segala kerendahan hati, Penulis menyadari bahwasanya karya ini jauh dari kata sempurna. Sehingga, mengharapkan kritik dan saran dari para Pembaca yang bersifat memperbaiki dan membangun. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi siapapun dan dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.

Semarang, 26 September 2022

Penulis

Muhammad Gufron Ma'arif

NIM. 1705026096

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	1
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
DEKLARASI.....	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI HURUF ARAB KE HURUF LATIN	vii
<i>ABSTRACT</i>	ix
ABSTRAK.....	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
D. Tinjauan Pustaka.....	8
E. Metode Penelitian	11
F. Sistematika Penulisan	18
BAB II.....	19
LANDASAN TEORI.....	19
A. Pelayanan	19
B. Etika Bisnis Islam	26
C. Biro Perjalanan Wisata	37
BAB III	42
DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....	42
A. Gambaran Umum Biro Perjalanan Eduwisata Semarang	42

BAB IV	49
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
A. Analisis Pelayanan pada Biro Perjalanan Eduwisata Semarang.....	49
B. Analisis Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan pada Biro Perjalan Wisata Eduwisata Semarang.....	55
BAB V.....	60
PENUTUP.....	60
A. Kesimpulan	60
B. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	65
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	74

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan bisnis syariah sudah mengalami kemajuan yang signifikan dan kehadirannya mulai diperhitungkan sebagai salah satu alternatif dalam kegiatan usaha. Bisnis syariah mulai digunakan setelah bisnis sekuler menunjukkan ketidakstabilan pada perekonomian dunia. Bisnis syariah mampu bertahan dalam krisis ekonomi dunia pada tahun 2008.

Perkembangan bisnis syariah di Indonesia cukup baik, hal ini terlihat pada sektor keuangan syariah yaitu taraf pertumbuhan aset mencapai 49,2%. tetapi, pada tahun 2012, 2013 dan 2014 pertumbuhan bisnis syariah mengalami penurunan yaitu 34,1%, 17%, dan 17,5%.¹ Pada tahun 2015 mengalami peningkatan yang cukup baik yaitu mencapai 18,49%. Peningkatan pertumbuhan bisnis syariah tidak hanya berasal dari perbankan syariah, tetapi juga berasal dari *outstanding* sukuk mencapai 39,19% yang terdiri dari perbankan syariah mencapai 8,78% dan industry keuangan non bank mencapai 11,13%.²

Pertumbuhan bisnis syariah di Indonesia yang tumbuh pesat hanya syariah dan tidak dibarengi disektor riil. Sedangkan sektor riil memegang peranan yang penting dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Sektor keuangan tidak bisa bergerak tidak dapat bergerak dengan baik jika tidak didukung oleh sektor riil. Perkembangan sektor riil mengalami kemajuan yang cukup tinggi pada triulan II tahun 2012 sebesar 6,21% dan mengalami

¹ Anis Punto Utomo, *Dua Dekade Ekonomi Syariah: Menuju Kiblat Ekonomi Islam* (Jakarta: Publishing Pusat Komunikasi Ekonomi Syariah, 2013), hal. 88.

² Departemen Perizinan dan Informasi Perbankan Otoritas Jasa Keuangan, "Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Tahun 2015," *Otoritas Jasa Keuangan* (2013): hal. 1-82.

penurunan sebesar 0,20% pada setiap tahunnya hingga menjadi 4,73% pada tahun 2015.³

Faktor utama penyebab lambatnya perkembangan sektor riil adalah kebijakan yang diatur oleh pemerintah. Selain itu juga ada faktor internal dan eksternal. Indonesia telah memiliki Instruksi Presiden (Inpres) nomor 6 tahun 2007 tentang kebijakan percepatan pembangunan sektor riil dan pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) tetapi belum dilaksanakan dengan baik.⁴ Pemerintah telah memberikan dukungan berupa pembiayaan UMKM di Indonesia tetapi baru mencapai 7,2% dari PBD pada 2016. Penyaluran pembiayaan UMKM di Indonesia masuk dalam kategori terendah disbanding negara ASEAN lainnya seperti Thailand, Korea, Kamboja, dan Malaysia.⁵

Sektor syariah di Indonesia sudah berjalan seiring dengan adanya perbankan syariah, tetapi prosesnya sangat lambat. Jika kebijakan tersebut dapat dikelola dengan baik maka akan memudahkan pengusaha untuk mrnghasilkan sektor syariah menjadi peluang bisnis sehingga dapat mendatangkan investor asing untuk menyalurkan dananya di Indonesia. Selain itu, dapat membuka lapangan kerja di Indonesia. Menurut Muliaman Hadad, dalam surat kabar “The Indonesian Islamic Economic: Driving to The Nex Level. Muliham Hadad memandang pentingnya mengelola sektor rill syariah. Sektor-sektor yang ada antara lain perumahan syariah, wisata syariah, buku dan majalah Islam, obat-obatan, dan busana Muslim dengan sasaran nilai Rp. 325 miliar pada tahun 2019, dengan pertumbuhan sebesar 12 - 15 persen per tahun.⁶

³ “Perkembangan Ekonomi Terkini 2015:IV – Macroeconomic Dashboard,” accessed September 20, 2022, <https://macroeconomicdashboard.feb.ugm.ac.id/perkembangan-ekonomi-terkini-2015iv/>.

⁴ Agung Nusantara, “SELAMATKAN SEKTOR RIIL INDONESIA,” *Dinamika Keuangan dan Perbankan* 1, no. 1 (2009): hal. 48.

⁵ “Kebijakan UMKM Picu Ekonomi Sektor Riil Bergeliat : Okezone Economy,” accessed September 20, 2022, <https://economy.okezone.com/read/2016/11/30/20/1554846/kebijakan-umkm-picu-ekonomi-sektor-riil-bergeliat>.

⁶ “Fokus Di Perbankan, Sektor Riil Syariah Masih Terabaikan | SwaMedium,” accessed September 20, 2022, <https://www.swamedium.com/2017/05/04/fokus-di-perbankan-sektor-riil-syariah-masih-terabaikan/>.

Meskipun lambat, bidang sektor riil syariah tetap bisa tumbuh, disertai dengan adanya kebijakan pemerintah untuk memperkuat basis sektor riil syariah melalui pengelolaan bisnis berbasis syariah bekerja sama dengan Majelis Ulama Indonesia (MUI) dalam bentuk standardisasi halal. Apalagi sudah dikeluarkannya undang-undang 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, peran penting MUI adalah mengelola standar halal untuk produk yang memiliki label halal, tidak hanya makanan yang diberikan standar halal, tetapi produk yang memiliki nilai guna yang masih tercampur antara halal dan haram, yang akan dipelajari untuk menjadi halal menurut standar halal Al-Quran dan Al-Sunnah.

Beberapa produk yang berkembang di sektor syariah riil adalah produk lifestyle (*travel, hospitality, leisure dan health*).⁷ Dengan berkembangnya produk bisnis syariah, diharapkan pasar modal Indonesia menjadi pasar yang dapat menarik investor yang ingin berinvestasi dengan memperhatikan kesesuaian produk dan instrumen yang sesuai dengan prinsip syariah.⁸

Sektor riil yang mengalami pertumbuhan signifikan dalam produk gaya hidup di sektor pariwisata adalah pariwisata syariah. Pariwisata terus mengalami perkembangan yang luar biasa dari konvensional (massal, hiburan dan sekedar jalan-jalan) menuju pada pemenuhan gaya hidup. Tren pariwisata syariah sebagai salah satu pemenuhan gaya hidup saat ini menjadi kekuatan pariwisata dunia yang mulai berkembang pesat.⁹

Pertumbuhan ini terlihat dalam tiga tahun terakhir, dipengaruhi oleh peningkatan jumlah perjalanan antar negara dan pertumbuhan ekonomi khususnya di kawasan Asia-Pasifik. Total wisatawan dunia mencapai 1.110 juta perjalanan ke luar negeri pada tahun 2014 atau tumbuh 5% dibandingkan tahun sebelumnya. Pada tahun 2014, lebih dari 300 juta

⁷ Dini Andriani, A. Khalik, K., and Titi Nurhayati, "Kajian Pengembangan Wisata Syariah," *Asdep Litbang Kebijakan Kepariwisata*, no. Syariah Tourism (2015): 1–201, [http://www.kemenpar.go.id/userfiles/2015 Kajian Pengembangan Wisata Syariah.pdf](http://www.kemenpar.go.id/userfiles/2015%20Kajian%20Pengembangan%20Wisata%20Syariah.pdf).

⁸ Buchari Alma and Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2009), hal. 3.

⁹ Andriani, Khalik, K., and Nurhayati, "Kajian Pengembangan Wisata Syariah."

(27,1% dari total wisatawan dunia) melakukan perjalanan ke Asia dan 96,7 juta di antaranya pergi ke Asia Tenggara. Sementara itu, di tengah situasi global yang kurang kondusif, perjalanan wisata dunia tetap tumbuh sebesar 4,5% pada tahun 2015. Dan di Indonesia juga mengalami peningkatan dunia pariwisata, dari 9,3 juta pada tahun 2014 menjadi 10,4 juta pada tahun 2015 (naik 2,9%), dan pada tahun 2016 mampu mencapai angka 12 juta kunjungan wisman.¹⁰

Wisata syariah di Indonesia diresmikan pada tahun 2013 dengan Indonesia Halal Expo 2013 (INDHEX) yang diresmikan oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono dan didukung oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) dan Majelis Ulama Indonesia (MUI).¹¹

Pengertian wisata syariah pada dasarnya adalah wisata yang memiliki nilai-nilai islami dalam kegiatannya sesuai dengan Al-Qur'an dan As-Sunnah. Namun masih ada yang salah paham tentang wisata syariah, sebagian besar masyarakat memahami bahwa wisata syariah adalah wisata yang hanya sebatas ibadah, seperti mengunjungi tempat ibadah, mengunjungi makam tokoh Islam dan beberapa tempat bersejarah Islam. Padahal, wisata syariah tidak diartikan demikian, melainkan wisata yang bersumber dari alam, budaya atau buatan yang pelaksanaannya dibingkai dengan nilai-nilai Islam. Dari sini perlu dipahami bagaimana wisata syariah dapat dikembangkan menjadi sesuatu yang sangat menguntungkan dalam dunia bisnis.

Saat ini banyak sekali penawaran layanan wisata syariah yang mencakup semua segmen dan kami mendapatkan layanan yang diberikan dalam koridor syariah. Dalam hal ini persaingan menjadi semakin ketat untuk memberikan pelayanan terbaik dalam menawarkan produk wisata

¹⁰ Aan Jaelani, "Industri Wisata Halal Di Indonesia: Potensi Dan Prospek," *Mpra*, no. 76237 (2017): 5.

¹¹Artikel, "*Pariwisata Syariah Indonesia*", diakses pada 12 April 2017 dari <http://www.indonesia.travel/id/event/detail/760/pariwisata-syariah-indonesia>

syariah dan mungkin kedepannya akan ada inovasi-inovasi baru dalam produknya untuk meningkatkan pendapatan. Dalam hal ini banyak metode pemasaran yang harus dilakukan untuk menawarkan suatu jasa agar semua produk yang ditawarkan dapat efektif bagi perusahaan dan meningkatkan jumlah pengunjung. Dan dari itu operasionalnya perlu ditingkatkan lagi, karena syariah dan konvensional sangat berbeda dari segi fitur pelayanan yang diberikan kepada konsumen dengan memperhatikan etika bisnis dalam islam.

Etika bisnis dalam Islam secara konkrit dapat digambarkan sebagai seorang pelaku bisnis yang peduli terhadap etika dapat diprediksikan jujur, amanah, adil, selalu memperhatikan kepentingan orang lain (moral altruistik) dan sebagainya.¹² Moral dan tingkat kejujuran yang rendah akan menghancurkan nilai etika bisnis itu sendiri. Soalnya tidak ada sanksi tegas bagi pelanggaran etika karena nilai etika hanya ada di hati seseorang. Etika membawa kontrol internal di hati, yang bertentangan dengan aturan hukum yang memiliki unsur paksaan eksternal.¹³

Oleh karena itu, titik amanah diawali dengan pelaksanaan transaksi (akad) yang sesuai dengan Al-Quran dan Al-Sunnah. Semua pelaksanaan transaksi tersebut bertujuan untuk menghilangkan banyaknya penipuan, perselisihan atau segala macam dampak negatif yang timbul dari suatu transaksi. Akad merupakan salah satu titik tolak suatu transaksi bisnis, yang apabila akad dilaksanakan secara adil akan menghasilkan keuntungan dan manfaat yang halal dan berkah.

Menurut Yusuf Qardawi, sentral etika bisnis merupakan penentu kebebasan seseorang untuk bertindak dan bertanggungjawab menurut prinsip-prinsip dalam Al-Qur'an, antara ekonomi dan moralitas, antara

¹² Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Ajaran Langit Dan Pesona Ajaran Bumi* (Jakarta: Penebar Plus, 2012), hal. 29.

¹³ Alma and Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, hal. 200.

politik dan moralitas, dan antara perang dan moralitas. Akhlak adalah daging dan darah kehidupan Islam.¹⁴

Islam membantu para pengusaha untuk mempunyai nilai atau norma syariah yang harus ditaati oleh para pelaku pengusaha muslim dalam melakukan usaha, yaitu pemberlakuan larangan perdagangan barang yang diharamkan, melakukan hal yang benar, jujur dan amanah. Serta menjunjung tinggi nilai keadilan, tertarik dan menerapkan kasih sayang serta melarang monopoli.¹⁵

Dari beberapa jasa wisata, terdapat salah satu biro perjalanan yang secara konsisten menawarkan destinasi wisata religi dalam setiap pelayanan yang diberikan. Eduwisata Semarang menyadari bahwasanya 90% masyarakat Indonesia menganut agama Islam, oleh karena itu mereka menghadirkan pelayanan dengan berpedoman pada koridor syariah.

Eduwisata Semarang sebagai biro perjalanan yang tidak hanya menyediakan kebutuhan hiburan semata, tetapi juga memperhatikan kebutuhan rohani wisatawan seperti memberikan waktu khusus di sela-sela perjalanan untuk menunaikan ibadah wajib. Jasa layanan tersebut tentu sangat sesuai untuk keluarga, kolektif instansi atau lembaga pendidikan yang memang memperhatikan perihal kenyamanan dalam berwisata.

Menurut perspektif ekonomi bisnis Islam, penulis mengutip pendapat Ahmad al-Mursi Husain Jauhar untuk menanamkan spirit nilai-nilai Islam dan menambahkan kepada wisatawan untuk melakukan kegiatan wisata yang tidak hanya untuk mendapatkan kesenangan duniawi saja, tetapi memperoleh kebahagiaan yang sejalan dengan nilai keislaman dan tujuan dijalankannya syariah, yaitu menjaga kesejahteraan insan dengan menguatkan pada iman seseorang, akal, kehidupan, keturunan, serta harta benda.¹⁶ Hal

¹⁴ Yusuf Qardhawi, *Peran Nilai Moral Dalam Perekonomian Islam* (Jakarta: Rabbani Press, 2001), hal. 56.

¹⁵ Yusuf Qardhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam* (Jakarta: Gema Insani, 1997), hal. 173.

¹⁶ Mohammad Ali Ridlo, Abdurrohman Kasdi, and Muhammad Shohibul Itmam, "Implementasi Kualitas Layanan Syariah Pada Biro Perjalanan Wisata OTW Tour Pati," *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi* 1, no. 2 (2021): hal. 44.

tersebut sangat menarik untuk penulis angkat karena memang belum ada regulasi yang jelas dalam mengatur dunia pariwisata dalam sektor pelayanan jasa.

Dari pemaparan latar belakang di atas, minimnya jasa biro yang melakukan model layanan yang mampu mengimplementasikan etika bisnis islam. Pada penelitian ini, peneliti akan melakukan penelitian yang berbeda, lebih focus pada bagaimana biro perjalanan yang benar-benar menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis syariah dalam pelayanan wisata, dari pelayanan jasa, perjalanan wisata, lokasi wisata.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang diatas, maka dari peneliti memfokuskan penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui :

1. Bagaimana Pelayanan pada Biro Perjalanan Wisata Eduwisata Semarang?
2. Bagaimana Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan pada Biro Perjalanan Wisata Eduwisata Semarang?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan masalah yang ada diatas yaitu:

1. Menganalisis Pelayanan pada Biro Perjalanan Eduwisata Semarang.
2. Menganalisis Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Biro Perjalanan Eduwisata Semarang.

Sedangkan manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Sebagai sarana menambah wawasan keilmuan dan dapat dijadikan masukan dan referensi bagi pihak-pihak yang melakukan penelitian sejenis.

2. Manfaat Praktis

a. Untuk masyarakat

Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan oleh masyarakat untuk mengetahui bagaimana menerapkan etika bisnis Islami untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

b. Untuk Orang Bisnis

Bagi pelaku bisnis dalam meningkatkan kepuasan konsumen dapat menerapkan etika bisnis Islami dalam proses pelayanan, sehingga konsumen merasa puas dengan pelayanan agen perjalanan.

D. Tinjauan Pustaka

Dalam tinjauan pustaka ini, peneliti memaparkan berbagai literatur terdahulu terkait Penerapan Etika Bisnis Islami pada Jasa Biro Perjalanan Wisata secara umum. Isi penelitian digunakan sebagai pembandingan yang mengkaji baik penerapan etika bisnis Islam dalam pelayanan biro perjalanan wisata, antara lain:

1. Penelitian yang dilakukan Lalu Ari Saputra mahasiswa program studi .Perbandingan Mazhab Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (UIN) Yogyakarta 2017. *“Konsep Pariwisata Syariah Di Nusa Tenggara Barat (Studi Komparatif Perda Provinsi NTB No. 2 Tahun 2016 Tentang Pariwisata Syariah Dan Hukum Islam)”* Penelitian ini menggunakan metode deskriptif-analitik-komparatif. Dalam penulisan ini membahas konsep pariwisata syariah. Kemudian menganalisis konsep pariwisata syariah dengan menggunakan perbandingan antara Perda Provinsi NTB No. 2 Tahun 2016 dan hukum Islam tertulis bahwa ruang lingkup pengaturan pariwisata syariah meliputi destinasi, pemasaran dan promosi, industri, kelembagaan, pembinaan, pengawasan dan pembiayaan. Hasilnya, menurut penulis tersebut bahwa dalam hal ini sudah terpenuhi beberapa hal yang dibutuhkan wisatawan dalam melakukan perjalanan

wisata syariah, antara lain seperti restoran syariah, tersedianya tempat beribadah dan adanya jasa akomodasi syariah.

2. Penelitian yang dilakukan Irdintio Prihatmojo mahasiswa jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah (UIN) Jakarta 2017. "*Operasional Wisata Syariah Dari Perspektif Etika Bisnis Islam*" Dengan menggunakan jenis penelitian deskriptif analistis, penelitian ini membahas tentang operasional wisata syariah yang terdapat pada Lafa Park Adventure Syariah. Hasilnya, menurut peneliti tersebut bahwasanya Implementasi etika bisnis Islam pada Lafa Park Adventure Syariah dijalankan sesuai dengan Al-Quran dan al-Sunnah dengan memperhatikan nilai-nilai syariah dimana produk-produk yang ditawarkan bersifat halal terhindar dari unsur haram dan maksiat. Kemudian terkait dengan mekanisme operasional pada Lafa Park Adventure Syariah sedikit berbeda dengan konvensional yakni menurut peneliti tersebut setiap karyawan saling bertanggung jawab atas setiap produk yang ditawarkan pada Lafa Park Adventure Syariah dan pemilik tidak segan untuk menggantikan tugas karyawan ketika karyawan sedang dalam keadaan sibuk.
3. Penelitian yang dilakukan Moh Ali Ridho, Abdurrohman Kasid dan Muhammad Shohibul Itmam, Ekonomi Syariah IAIN Kudus, Penelitian yang berjudul "*Implementasi Kualitas Layanan Syariah Pada Biro Perjalanan Wisata OTW Tour Pati*". Penelitian ini merupakan penelitian konklusif. Adapun pendekatan penelitian ini kualitatif yang berlandaskan fenomenologi melalui pengamatan, wawancara dan studi dokumen terhadap Biro Perjalanan Wisata OTW tour. Hasil dari penelitian ini yaitu: model layanan syariah yang dilakukan yaitu proses dan jenis persiapan menuju tempat wisata tidak bertentangan dengan syariah, karyawan OTW tour dan pengguna jasa berpakaian islami, edukasi tentang cara shalat bagi musafir, tempat dan rumah makan serta hotel yang tidak bertentangan dengan syariah.

Sementara implikasinya yaitu: akad syariah, memberi buku petunjuk, rumah makan dan hotel tersertifikasi halal. Sedangkan respon masyarakat terhadap layanan syariah yaitu puas memilih biro travel OTW tour karena mendapatkan nilai ibadah dalam perjalanan. Sementara respon kurang positif yang didapat pengguna travel yaitu pada kenyataannya lagu/video yang diputar kadang pemerannya tidak menutup aurat, tempat penginapan tidak selamanya berbasis syariah, dan di tempat wisata masih banyak bersama-sama dengan lawan jenis. Dalam analisis penelitian perlu adanya konsep baku tentang konsep biro travel syariah. Maka, peneliti memberikan tawaran konsep biro travel syariah yaitu: adanya Dewan Pengawas Syariah, menitikberatkan aspek *tafakkur* dan *tadabbur*, bentuk layanan harus sesuai dengan syariah.

4. Penelitian yang dilakukan Dzul Kifli mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah tahun 2010 berjudul “Manajemen Pelayanan Haji dan Umrah PT. Patuna Tour and Travel”. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif, jenis penelitiannya adalah penelitian lapangan (field research) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran yang jelas tentang jasa yang PT. Patuna Tour and Travel menyediakan dalam penyelenggaraan haji dan umroh serta faktor-faktor yang mendukung dan menghambat dalam pelaksanaan ibadah haji dan umroh. Berdasarkan hasil penelitian bahwa penulis dapat menganalisis manajemen pelayanan haji dan umrah pada PT. Patuna Tours and Travel. Pelayanan yang diberikan kepada jemaah haji dengan sistem pelayanan yang lebih profesional dan baik, terbukti dengan respon dan kenyamanan yang dialami jemaah haji serta peningkatan jumlah jemaah haji dari tahun ke tahun. Pelayanan Haji dan Umroh di PT. Patuna Tour and Travel cukup baik karena dalam pelaksanaannya sudah dilaksanakan sesuai dengan teori dan praktek. Dalam hal pelayanan PT. Patuna tour and travel secara administratif sudah cukup maksimal bagi jemaah haji dengan memfasilitasi secara

profesional baik di dalam negeri maupun di Tanah Suci serta akomodasi di lingkungan tempat yang memadai. Fasilitas akomodasi bintang lima dilengkapi dengan makanan internasional, karena manajemen PT. Patuna Tour and Travel melihat situasi dan kondisi yang ada. Penelitian yang ditulis di atas jelas berbeda dengan yang ditulis oleh peneliti sendiri. Dalam penelitian ini, peneliti menyelidiki penerapan Etika Bisnis Islami dalam Komunikasi Pemasaran Biro Perjalanan Haji atau Umrah PT. Ebad Wisata Jember, tour and travel. Sementara yang ditulis Dzul Kifli lebih fokus pada pelayanan haji dan umroh PT. Tur dan perjalanan Patuna.

Dari keempat penelitian tersebut memiliki keterkaitan dengan penelitian penulis, yaitu sama-sama meneliti tentang etika bisnis islam dalam biro perjalanan wisata, untuk itu peneliti ingin belajar lebih mendalam tentang implementasi etika bisnis islam dalam pelayanan pada biro perjalanan wisata (Studi Eduwisata Semarang).

E. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk menyelidiki keadaan objek alamiah, dimana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui triangulasi, analisis data bersifat induktif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna daripada generalisasi.¹⁷

2. Tempat dan Waktu Penelitian

Objek tempat dalam penelitian dari skripsi ini adalah Eduswisata Semarang secara keseluruhan, utamanya yang

¹⁷ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2010), hal. 1.

berhubungan dengan implementasi etika bisnis islam dalam pelayanan pada biro perjalanan wisata (studi Eduwisata Semarang)

Rencananya penelitian ini akan dilakukan dua tahap. Tahap pertama adalah observasi awal, mengamati implementasi etika bisnis islam dalam pelayanan pada biro perjalanan wisata (studi Eduwisata Semarang). Tahap kedua adalah penggalan data, melalui wawancara, pengumpulan dokumen fotografi dan data pendukung lainnya.

3. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian kualitatif, sumber data terdiri dari dua bagian, yaitu: data primer dan data sekunder. Dalam penelitian, sumber data primer adalah data yang memberikan data secara langsung kepada peneliti.¹⁸ Dalam penelitian ini, sumber data primer adalah pendiri Biro Perjalanan Wisata dan Pemandu Wisata Biro Perjalanan Wisata.

Sedangkan yang dimaksud dengan sumber data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain, tidak langsung dari subjek penelitian. Pada data sekunder, biasanya berupa dokumentasi, laporan, artikel atau tulisan yang sudah tersedia.¹⁹

4. Fokus Penelitian

Penelitian kualitatif membutuhkan adanya batasan masalah. Batasan masalah ini berfungsi untuk membatasi masalah agar tidak melebar dan kabur. Dalam penelitian ini, batasan masalah disebut fokus penelitian. Menentukan fokus penelitian dengan memilih fokus atau topik yang dipilih untuk penelitian.

Penelitian ini fokus pada bagaimana implementasi etika bisnis islam dalam pelayanan pada biro perjalanan wisata (studi Eduwisata Semarang) pada tahun 2022 meliputi kualitas pelayanannya.

¹⁸ Dajm`an Satoridian and Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2017), hal. 103.

¹⁹ *Ibid.*, hal. 104.

5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian, pengumpulan data merupakan fase yang paling penting untuk dilakukan. Dalam Penelitian kualitatif menggunakan tiga cara untuk mengumpulkan data, yaitu: observasi, wawancara dan dokumentasi.

a. Observasi

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, observasi berarti pengamatan atau peninjauan yang cermat. Sedangkan menurut Alwasilah C, observasi adalah penelitian atau pengamatan yang sistematis dan terencana yang dimaksudkan untuk memperoleh data yang terkontrol validitas dan reliabilitasnya.²⁰

Jadi, observasi adalah pengamatan yang dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung oleh peneliti untuk memperoleh data yang akan dikumpulkan dalam penelitian.

Menurut Sanafiah Faisal, ada tiga jenis observasi: observasi partisipatif, observasi terbuka dan terselubung, dan observasi tidak terstruktur.²¹ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan observasi partisipan, artinya peneliti menggunakan berbagai metode: wawancara informal, observasi lapangan langsung dan sebagainya. Pengamatan ini digunakan untuk mencari data fisik lembaga pendidikan. Melihat tempat atau lingkungan di mana sesuatu terjadi dapat membantu meningkatkan pemahaman tentang peristiwa, aktivitas, atau situasi yang sedang dievaluasi. Dalam penelitian ini, peneliti mengamati di daerah atau tempat tersebut.

b. Wawancara

Upaya menggali lebih dalam suatu kajian dan sumber-sumber yang relevan berupa pendapat, kesan, pengalaman, pemikiran dan sebagainya dapat dilakukan dengan teknik

²⁰ Ibid., hal. 105.

²¹ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, hal. 64.

wawancara. Menurut Esterbeg, wawancara itu sendiri adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, yang mengarah pada komunikasi dan konstruksi makna bersama pada topik tertentu.²²

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara tidak terstruktur. Dengan menggunakan teknik ini, pewawancara dan informannya melakukan wawancara informal dengan bentuk pertanyaan yang diajukan tergantung pada spontanitas pewawancara.²³ Wawancara digunakan untuk mengumpulkan data yang beragam dari orang-orang dalam berbagai peran dan situasi. Pandangan orang lain dapat diidentifikasi melalui wawancara yang berpusat pada subjek. Pemahaman topik dapat dilakukan melalui wawancara dengan komunikasi dan dialog menggunakan bahasa.

c. Dokumentasi

Dokumen merupakan sumber data non-manusia, sehingga dengan dokumentasi, peneliti dapat memperoleh data bukan dari orang, melainkan dari sumber tertulis atau dari dokumen yang terdiri dari informan dalam warisan budaya, karya seni dan karya pemikiran.²⁴ Metode ini merupakan pelengkap dari metode observasi dan wawancara yang dilakukan. Dalam penelitian ini, penelitian mengumpulkan sebanyak mungkin dokumen untuk mendukung data penelitian.

Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data dan informasi berupa buku, arsip, dokumen, angka tertulis dan gambar berupa laporan dan informasi yang dapat menunjang penelitian.

²² Satoridian and Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, hal. 146.

²³ *Ibid.*, hal. 136.

²⁴ *Ibid.*, hal. 146.

6. Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data yang peneliti gunakan adalah triangulasi. Sugiyono mengutip William Wiersma yang menulis bahwa triangulasi adalah validasi kerak kualitatif. Ini menilai kecukupan data sesuai dengan konvergensi beberapa sumber data atau beberapa prosedur pengumpulan data.²⁵ Arti lainnya mengatakan. Triangulasi adalah pengecekan data dari berbagai sumber dengan cara dan waktu yang berbeda. Triangulasi terdiri dari triangulasi sumber/informan, triangulasi teknik pengumpulan data dan triangulasi waktu.²⁶

Triangulasi sumber/informan berarti menguji kredibilitas dengan cara mengecek data yang diperoleh dari berbagai sumber. Sedangkan triangulasi teknik pengumpulan data adalah menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data pada sumber yang sama dengan menggunakan teknik yang berbeda.²⁷ Dengan teknik ini, data diperoleh dari wawancara, diperiksa dengan observasi dan dokumentasi. Kemudian triangulasi waktu dilakukan dengan cara mengecek waktu untuk melakukan wawancara, apakah pagi, siang, sore atau bahkan siang hari. Karena waktu juga mempengaruhi kredibilitas data.²⁸

7. Teknik Analisis Data

Sugiyono menjelaskan bahwa analisis data adalah suatu proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan ke dalam kategori-kategori, merinci menjadi unit-unit, mensintesis, menyusun menjadi pola, memilih mana yang penting. dan apa yang akan dipelajari, serta menarik kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain.²⁹

²⁵ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, hal. 125.

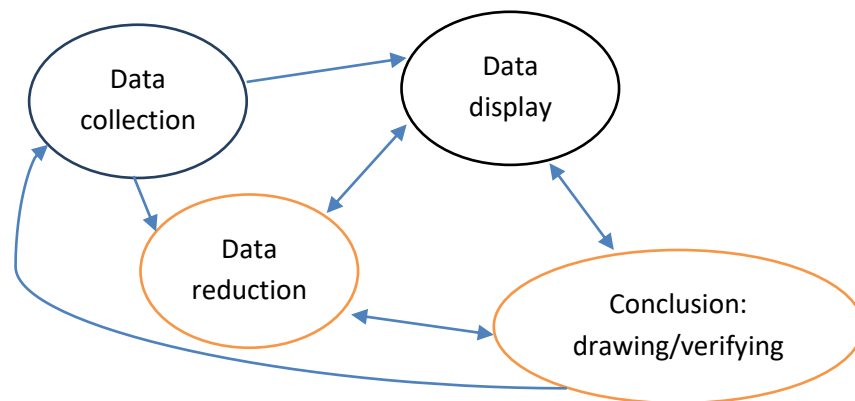
²⁶ Satoridian and Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, hal. 170.

²⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019), hal. 274.

²⁸ *Ibid.*, hal. 278.

²⁹ *Ibid.*, hal. 244.

Dalam teknik analisis data ini peneliti menggunakan model yang digunakan oleh Miles dan Huberman. Skema yang dijalankan adalah seperti yang ditunjukkan di bawah ini.



Dalam analisis data model Miles dan Huberman ini dapat dilakukan dalam beberapa langkah yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Penjelasananya adalah sebagai berikut:

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data adalah merangkum, memilih hal-hal yang paling penting, memfokuskan pada hal-hal yang penting, kemudian mencari tema dan pola.³⁰ Adanya reduksi data karena peneliti dalam penelitian akan mendapatkan data yang banyak dan relatif beragam bahkan sangat rumit.³¹

Dengan menggunakan reduksi data, peneliti akan mendapatkan gambaran yang lebih jelas, dan memudahkan untuk mengumpulkan data lebih lanjut, dan mencarinya pada saat dibutuhkan.³² Dalam hal ini peneliti mengkaji peran kepala sekolah sebagai pemimpin penelitian, sehingga peneliti akan mereduksi data-data yang tidak perlu.

³⁰ Ibid., hal. 247.

³¹ Satoridian and Komariah, *Metodologi Penelitain Kualitatif*, hal. 30.

³² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D*, hal. 247.

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Langkah selanjutnya yang harus dilakukan setelah reduksi data dilakukan adalah penyajian data. Penyajian data berfungsi untuk mempermudah dan memahami apa yang sedang terjadi. Selain itu juga untuk merencanakan pekerjaan selanjutnya berdasarkan apa yang telah diperoleh.³³

Dalam menyajikan data ini, peneliti dapat menggunakan berbagai bentuk penyajian, mulai dari tabel, grafik, deskripsi singkat, hubungan antar kategori dan sebagainya. Pada langkah ini, peneliti akan menyajikan data terkait penerapan etika bisnis dalam pelayanan di biro perjalanan.

c. Menarik Kesimpulan dari Verifikasi (*conclusion drawing and verification*)

Setelah menyajikan data dalam berbagai bentuk, langkah selanjutnya adalah menarik kesimpulan dan melakukan verifikasi. Sebelumnya, kesimpulan sementara ditarik. Kesimpulan awal yang belum final ini masih harus diverifikasi kembali, apakah bukti-bukti yang diajukan itu valid atau tidak, ketika bukti-bukti itu sah, kesimpulan tersebut dapat dipertahankan karena merupakan kesimpulan yang kredibel. Namun, bila tidak valid, maka kesimpulan ini tidak kredibel dan tidak perlu digunakan.

Melalui kesimpulan tersebut, dimungkinkan untuk menjawab rumusan masalah yang peneliti buat, yaitu bagaimana penerapan etika bisnis Islami dalam pelayanan pada biro perjalanan wisata (studi Eduwisata Semarang). Kesimpulan ini adalah sesuatu yang baru. Karena menurut Sugiyono, kesimpulan penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang belum pernah ada sebelumnya.³⁴

³³ Satoridian and Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, hal. 124.

³⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D*, hal. 253.

F. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menggunakan topik secara sistematis yang terdiri dari lima bab, dan pada setiap bab terdiri dari sub-bab sebagai rinciannya. Sistematika pembahasannya adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penulisan, tinjauan pustaka, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi landasan teori yang terdiri dari pengertian etika bisnis Islam, konsep pelayanan dan biro perjalanan.

BAB III : DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum biro perjalanan Semarang Eduwisata, meliputi: sejarah singkat biro perjalanan wisata Semarang Eduwisata, visi dan misi biro perjalanan wisata Semarang Eduwisata, struktur Semarang Eduwisata dan produk layanan Semarang Eduwisata.

BAB IV : HASIL DAN ANALISIS DATA PENELITIAN

Bab ini berisi tentang hasil dan analisis data terkait penerapan etika bisnis syariah pada Eduwisata Semarang, implementasi pelayanan di Eduwisata Semarang dan implementasi etika bisnis syariah dalam pelayanan pada biro perjalanan Eduwisata Semarang

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari hasil analisis penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pelayanan

1. Pengertian Layanan

Layanan merupakan sebuah komponen yang dapat diaplikasikan oleh setiap instansi perusahaan. Hal ini disebabkan kualitas pelayanan mempunyai peran signifikan dalam mendatangkan pelanggan baru kepada perusahaan dan juga bisa mengurangi adanya kemungkinan-kemungkinan pelanggan lama pindah kepada perusahaan kompetitor. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebuah tingkat kelebihan yang diinginkan serta pengontrolan terhadap tingkat kelebihan itu untuk mencukupi kebutuhan pelanggan.³⁵

Jika jasa yang diharapkan pelanggan lebih besar dari jasa yang sebenarnya diterima pelanggan, maka dapat dikatakan jasa tersebut berkualitas buruk, sedangkan jika jasa yang diharapkan pelanggan lebih rendah dari jasa yang sebenarnya diterima pelanggan, dapat dikatakan bahwa pelayanan tersebut berkualitas, dan jika pelayanan yang diterima sama dengan pelayanan yang diharapkan, maka dapat dikatakan pelayanan tersebut memuaskan.

Pelayanan terhadap pelanggan adalah sebuah persoalan yang utama dalam hal persaingan diantara perusahaan-perusahaan dan hal ini menjadi sebuah bagian yang tidak dapat terpisahkan. Hal ini dipandang wajar sebab pelayanan terhadap pelanggan merupakan salah satu upaya perusahaan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap jasa yang diberikan kepada pelanggan.

Produk jasa yang diinginkan pelanggan juga menentukan kepuasan pelanggan. Pelayanan prima merupakan pelayanan yang

³⁵ Gregorius Chandra and Fendy Tjipto, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima* (Yogyakarta: Andi, 2012).

membuat pelanggan merasa penting, karena ditempatkan sebagai mitra perusahaan. Pelayanan prima adalah pelayanan yang cepat, ramah dan tepat yang mengutamakan kepuasan pelanggan secara optimal.³⁶

Dalam konteks pelayanan, ada tiga hal yang mempengaruhi pelayanan, yaitu manusia, sistem dan teknologi. Pada penelitian difokuskan pada faktor manusia yang memberikan kualitas pelayanan pada perusahaan karena memegang peranan penting pada pelayanan perusahaan. Kualitas pelayanan dalam hal ini merupakan kualitas berupa jasa yang dijadikan sebagai tolak ukur seberapa sempurna tingkat pelayanan yang dapat diberi oleh perusahaan bisa sama dengan apa yang menjadi ekspektasi para pelanggan sendiri.³⁷

Dari beberapa pengertian diatas, bisa disimpulkan bahwa jika kualitas jasa bisa berwujud melalui keinginan pelanggan dan pemenuhan kebutuhan serta ketepatan dalam penyampaiannya untuk memberikan keseimbangan harapan pelanggan sehingga akan berakhir dengan kepuasan yang nantinya dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan perusahaan itu sendiri.

2. Konsep Pelayanan Prima

Pelayanan prima merupakan pelayanan sebaik mungkin kepada para pelanggan, sehingga pelanggan merasa puas. Menurut Elhaitammy, tujuan dari pelayanan prima adalah untuk mencapai kepuasan konsumen sebagai dampak dari kualitas layanan yang baik dengan ditandai rendahnya keluhan kesah dari konsumen, serta meningkatnya mutu layanan.³⁸ Ada beberapa konsep pelayanan prima yang dapat digunakan agar pelanggan merasa puas.

³⁶ Atep Adya Brata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2006).

³⁷ Chandra and Tjipto, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*.

³⁸ Hendra Riofita, "Analisis Pelayanan Prima Dan Kualitas Pelayanan Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Provinsi Riau," *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen dan Keuangan* 2, no. 1 (2018): hal. 31.

- a. Kompetensi (Ability), merupakan ketrampilan dan pengetahuan tersendiri yang harus digunakan dalam menopang program layanan, bisa meliputi kompetensi dalam bidang hal pekerjaan yang digeluti untuk mengembangkan motivasi, melakukan komunikasi yang efektif dan menggunakan relasi secara maksimal bagi perusahaan.
- b. Sikap (Attitude), semua manusia memiliki sikap yang harus dilakukan bisa bertemu dengan pelanggan yang tentunya harus disesuaikan dengan keadaan dan keinginan para pelanggan.
- c. Penampinan (Appearance), seorang pastinya mempunyai kemampuan untuk berpenampilan, baik secara bersifat fisik ataupun non fisik yang dapat memberikan kepercayaan terhadap pihak lain.
- d. Perhatian (Attention), merupakan kepedulian terhadap para pelanggan, baik yang berhubungan dengan perhatian, keinginan dan kebutuhan pelanggan serta sikap ramah atas masukan serta kritikan dari pelanggan.
- e. Tindakan (Action), melakukan segala sesuatu perlu sebuah tindakan. Tindakan sendiri mempunyai arti perbuatan dalam sebuah kegiatan nyata yang dikerjakan dalam memberi layanan pada para pelanggan.
- f. Tanggung jawab (Accountability), setiap menjalankan kegiatan pasti membutuhkan tanggungjawab, yaitu kondisi keberpiakan pada pelanggan sebagai representasi rasa peduli dalam menghindari atau meminimalisir ketidakpuasan para pelanggan maupun kerugian.³⁹

3. Prinsip dalam Kualitas Pelayanan Jasa

Menurut Kotler, jasa merupakan setiap tindakan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain seperti halnya penjual kepada pembeli dimana bersifat *intangibile* serta tidak menghasilkan

³⁹ Brata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*.

kepemilikan atas sesuatu.⁴⁰ Lingkungan dan manajemen yang kondusif bagi sebuah perusahaan penyedia jasa guna memperbaiki kualitas bisa terwujud, perusahaan seharusnya bisa menjalankan enam prinsip tersebut. Hal ini sebagaimana dikatakan oleh Wolkins, terdapat enam prinsip yang bermanfaat guna membuat dan mempertahankan lingkungan yang tepat dalam meningkatkan kualitas secara terus-menerus dengan dukungan dari pelanggan, distributor dan karyawan. Enam pokok prinsip tersebut adalah sebagai berikut:

a. Kepemimpinan,

Kualitas merupakan sebuah strategi perusahaan yang harus dijadikan sebuah komitmen dan inisiatif serta manajemen puncak. Manajemen puncak seharusnya memimpin perusahaan supaya mampu meningkatkan kualitas kinerjanya. Jika tidak ada kepemimpinan serta manajemen puncak, maka upaya dalam meningkatkan kualitas hanya berdampak sangat kecil pada sebuah perusahaan.

b. Pendidikan

Seluruh anggota di struktur suatu perusahaan mulai manajer puncak sampai dengan karyawan operasional seharusnya mendapatkan pendidikan tentang kualitas. Beberapa aspek yang seharusnya ada penekanan dalam pendidikan itu antara lain mengenai konsep kualitas dijadikan sebagai strategi bisnis dalam meningkatkan kualitas perusahaan jasa terhadap pelanggan.

c. Perencanaan

Strategi perencanaan harus memuat tujuan kualitas dan pengukuran yang digunakan dalam memberikan arah perusahaan guna mencapai visi misinya.

⁴⁰ Nining Pawestriningtyas Catur, Suharyono, and Imam Suyadi, "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN NASABAH (Survei Pada Nasabah Perum Pegadaian Kantor Cabang Syariah Tlogomas Malang)," *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 32, no. 2 (2016): hal. 41, <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1262>.

d. Komunikasi

Penerapan komunikasi yang baik merupakan sebuah strategi perusahaan dalam meningkatkan kualitas. Komunikasi seharusnya berjalan dengan baik, antara karyawan, pelanggan, serta *stake holder* dalam perusahaan, seperti pemerintah, pemilik saham, pemasok, masyarakat dan lainnya.

e. Pengakuan dan penghargaan (*tota; humanreward*)

Pengakuan dan penghargaan menjadi bagian yang utama dalam penerapan strategi kualitas. Jika ada karyawan yang memiliki prestasi bagus maka pemilik perusahaan seharusnya memberi penghargaan dan mengapresiasi peserta itu. Mengaplikasikan prinsip tersebut dapat meningkatkan rasa bangga, moral kerja, motivasi, dan rasa memiliki para karyawan pada sebuah perusahaan, dan pada masanya nanti bisa ikut andir serta berkontribusi terhadap perusahaan dan juga pelanggan.⁴¹

Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa beberapa prinsip kualitas pelayanan atau jasa, perusahaan penyelenggara jasa wajib memiliki enam prinsip untuk membuat suasana lingkungan menjadi kondusif. Enam prinsip tersebut berupa: semua personil perusahaan mempunyai pengetahuan terkait kualitas layanan, memiliki rencana untuk mencapai visi perusahaan, adanya review dalam rencana yang sudah dilaksanakan, adanya penghargaan serta pengakuan setiap prestasi yang telah diraih semua personil perusahaan.

4. Etika Pelayanan

Sebuah perusahaan harus mempunyai aturan yang tertulis terkait etika pelayanan. Sehingga nantinya kedua belah pihak baik itu tamu ataupun karyawan perusahaan dapat saling menjalankan etika tersebut.

⁴¹ Chandra and Tjipto, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*.

Etika pelayanan bisa diberikan oleh pegawai perusahaan dalam rangka pelayanan secara umum dapat dengan melakukan berbagai hal berikut:

- a. Senantiasa mengucapkan kalimat salam ketika bertemu dengan pelanggan, seperti ucapan selamat pagi dan lainnya.
- b. Selain mengucapkan salam, hendaknya mempersilahkan tamu untuk masuk atau meminta untuk menunggu sebentar.
- c. Senantiasa bersikap murah senyum dan ramah.
- d. Bertanya mengenai kebutuhan pelanggan, dengan tutur kata yang baik dan sopan.
- e. Membiasakan mengucapkan kalimat minta tolong atau mohon maaf saat meminta pelanggan mengisi data atau diminta menunggu.
- f. Mengucapkan kata terimakasih saat pelanggan memberi masukan atau ketika akan pamit setelah selesai urusannya.⁴²

5. Pelayanan dalam Perspektif Islam

Islam mengajarkan pemeluknya untuk senantiasa berbuat baik, diantaranya yaitu ketika akan memberi hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan jasa, seharusnya memberi yang kualitasnya lebih unggul bukan sebaliknya. Pelayanan merupakan suatu keharusan dalam pelaksanaannya didasarkan pada prinsip syariah. Agar suatu pelayanan yang ada di perusahaan jasa harus lebih terarah maka semua pihak harus mempunyai pedoman dan prinsip-prinsip yang dituangkan dalam ajaran Islam.⁴³ Ketentuan ini seperti yang tertuang dalam surat al-Baqarah ayat 267 :

⁴² Kasmir, *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori Dan Praktik)* (Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2016).

⁴³ Nurhadi Nurhadi, "Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah," *EkBis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 2, no. 2 (2020): hal 143.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ
الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ
تُعْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ۚ ۲۶۷

“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”. (QS: Al-Baqarah ayat 267)

Begitu pentingnya memberi pelayanan yang ada kualitasnya dikarenakan pelayanan bukan sekedar sebatas mengantarkan saja atau melayani. Pelayanan berarti memahami, mengerti, serta ikut merasakan. Islam menyarankan kepada setiap orang yang melakukan bisnis supaya mempunyai sikap profesional yaitu dapat melakukan pekerjaan dengan tepat dan cepat sehingga tidak membuang-buang amanat yang telah diberikan kepadanya sebagai wujud tanggungjawab.

Perilaku pebisnis dapat menentukan sukses maupun gagalnya sebuah usaha yang dijalankan. Dalam al-Qur’an surat Luqman ayat 18-19 menyatakan terkait bagaimana pentingnya menjadi seorang pebisnis terutama dalam hal pelayanan.

وَلَا تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ كُلَّ
مُخْتَالٍ فَخُورٍ ۚ ۱۸ وَأَقْصِدْ فِي مَشْيِكَ وَاغْضُضْ مِنْ صَوْتِكَ إِنَّ أَنْكَرَ
الْأَصْوَاتِ لَصَوْتُ الْحَمِيرِ ۚ ۱۹

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

Berpijak dari ayat di atas, maka sudah jelas kalau setiap orang diperintahkan untuk bersikap yang lemah lembut terhadap orang lain

agar dapat merasakan kenyamanan. Apalagi dalam hal pelayanan tentunya para konsumen memiliki banyak pilihan, jika pembisnis tidak bisa memberi rasa nyaman dan aman dengan pelayanannya. Maka pelanggan akan mudah pindah ke perusahaan yang lain. Setiap perilaku pembisnis dalam memberikan pelayanan harus menghindari sikap keras hati serta memiliki perilaku pemaaf terhadap para pelanggan agar terhindar dari perasaan rasa takut, tidak percaya diri, dan perasaan adanya bahaya dari setiap pelayanan.

Pelayanan dalam bisnis Islam tentunya didasari oleh beberapa hal yang meliputi kepribadian yang dapat dipercaya, serta memiliki pengetahuan dan ketrampilan yang baik. Beberapa hal tersebut adalah memiliki sifat yang jujur (*amanah*) serta benar (*Shidiq*), bertanggung jawab (*Fathonah*), komunikasi yang baik (*Tablligh*), konsisten (*Istiqomah*).⁴⁴

B. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Kata etika secara etimologis berasal dari bahasa Yunani kuno yaitu *ethos* yang berarti kebiasaan, adat istiadat, moral, budi pekerti, perasaan, sikap, cara berpikir.⁴⁵ Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, etika adalah kumpulan asas atau nilai yang berkaitan dengan moral, atau nilai. nilai-nilai tentang benar dan salah yang dianut oleh suatu kelompok atau masyarakat. Pengertian etika dalam Islam merupakan akhlak seorang muslim dalam melakukan semua kegiatan termasuk bidang bisnis.⁴⁶ Oleh karena itu, pengertian etika adalah ilmu tentang apa yang baik dan buruk dan tentang hak dan

⁴⁴ Hendri Tajung and Didin Hafidudin, *Manajemen Syariah Dalam Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2003).

⁴⁵ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam* (Semarang: Walisongo Press, 2009), hal. 131.

⁴⁶ Dwi Hardika Sari, "Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) Makanan Dan Minuman Di Kabupaten Tuban," *Jurnal Ilmiah Brawijaya* 1 (2019): 11–20.

kewajiban moral (akhlak) yang menjadi acuan untuk bertindak bagi seseorang.

Etika Bisnis Islami adalah suatu proses dan upaya untuk mengetahui mana yang benar dan yang salah, yang kemudian secara otomatis melakukan hal yang benar tentang produk dan jasa perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap tuntutan perusahaan.⁴⁷

Mustaq Ahmad dalam buku etika bisnis dalam islam menyatakan bahwa konsep bisnis menurut alquran terbagi dalam tiga kategori meliputi: bisnis yang menguntungkan, merugi dan pemeliharaan prestasi.⁴⁸ ketika mempelajari hal tersebut, pelaku bisnis akan dihadapkan dengan pemahaman seputar kualitas moral kebijaksanaan organisasi, konsep umum dan standar perilaku moral dalam bisnis serta tanggung jawab. Artinya, etika bisnis Islam adalah kebiasaan atau budaya moral yang berkaitan dengan kegiatan bisnis suatu perusahaan.

Dalam pembahasan etika bisnis Islam, terkait dengan “*Business Firm*” atau “*Business Person*”, yang memiliki berbagai pengertian. Melakukan bisnis berarti bisnis yang menguntungkan. Oleh karena itu, etika bisnis Islami adalah studi tentang seseorang atau organisasi yang melakukan kontak bisnis atau bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam.

Karakteristik standar moral bisnis. (a) Perilaku yang dianggap memiliki konsekuensi serius bagi kesejahteraan manusia.m(b) Memperhatikan validitas bantuan atau keadilan yang cukup tinggi. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa pemahaman bisnis Islam kemudian dijadikan sebagai kerangka praktis yang secara fungsional

⁴⁷ Abdul Aziz, *Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha* (Cirebon: Alfabeta, 2013), hal. 64.

⁴⁸ Elida Elfi Barus, “Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Pada Rumah Makan Wong Solo Medan),” *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam* 2, no. 2 (2016): 125–146.

akan membentuk kesadaran keagamaan dalam menjalankan setiap kegiatan ekonomi (bimbingan praktis ekonomi kereligiusan).

Sederhanya, mempelajari etika dalam bisnis berarti mempelajari tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah dan lain sebagainya, serta prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk menerapkannya atas apa saja.⁴⁹ Etika bisnis dapat berarti atau mencerminkan moralitas ekonomi dan bisnis. Moralitas di sini berarti baik/buruk, terpuji/celaka, benar/salah, wajar/tidak wajar, pantas/tidak pantas aspek perilaku manusia.⁵⁰

Sedangkan yang membedakan etika bisnis Islam dengan etika bisnis modern terletak pada landasan tauhid dan orientasi jangka panjang (akhirat). Prinsip ini pasti lebih mengikat dan sanksinya tegas. Etika bisnis Islam memiliki dua ruang lingkup. Yang pertama adalah internal coverage, artinya perusahaan memiliki manajemen internal yang memperhatikan aspek kesejahteraan karyawan, perlakuan yang manusiawi dan tidak diskriminatif. Kedua, cakupan eksternal meliputi aspek transparansi, akuntabilitas, kejujuran dan tanggung jawab. Sedangkan etika bisnis modern hanya berurusan dengan kehidupan dunia.⁵¹

Teori etika bisnis, memberikan pembenaran atas serangkaian tindakan demonstratif para pekerja perusahaan yang menuntut agar hak-hak mereka dihormati. Karyawan menurut etika ini adalah individu yang berhak atas gaji (upah) yang adil, lingkungan kerja yang aman, sehat dan jaminan lainnya. Majikan lebih disukai berhak atas

⁴⁹ Muhammad Saifullah, "ETIKA BISNIS ISLAMIS DALAM PRAKTEK BISNIS RASULULLAH," *Walisono* 19 (2011): hal. 131.

⁵⁰ Faisal Badroen and Arief Mufreani, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Kencana, 2006), hal. 46.

⁵¹ "Majelis Penulis: Etika Bisnis Islam," accessed September 20, 2022, <http://majelispenulis.blogspot.com/2014/11/etika-bisnis-islam.html?m=1>.

jaminan kinerja yang memadai untuk peningkatan kualitas dan kerahasiaan bisnis perusahaan.⁵²

2. Tujuan dan Manfaat Etika Bisnis Islam

Bisnis dalam Al-Qur'an selalu bertujuan pada dua keuntungan, yaitu keuntungan duniawi dan ukhrawi. Bisnis atau perdagangan duniawi termuat dalam beberapa ayat khusus yang membahas tentang perdagangan, ini termasuk penjelasan tentang jual beli. Kemudian banyak sekali bisnis atau perdagangan ukhrawi yang tercantum dalam ayat-ayat umum yang membahas tentang bisnis jual beli. Kemudian bisnis atau perdagangan ukhrawi banyak tercantum dalam ayat-ayat umum yang membahas tentang bisnis.⁵³

Tujuan etika bisnis Islam:

- a. Mengetahui dan memahami nilai-nilai dan norma-norma moral Islam dlm aktivitas bisnis
- b. Menanamkan atau meningkatkan kesadaran akan adanya dimensi etis-Islam dalam bisnis.
- c. Memperkenalkan argumentasi/dalil moral Islam, khususnya di bidang ekonomi dan bisnis, serta membantu pebisnis atau calon pebisnis dalam menyusun argumentasi/dalil moral Islam.
- d. Membantu pebisnis atau calon pebisnis untuk menentukan sikap moral yang Islami di dalam menjalankan aktivitas bisnisnya.

Manfaat etika bisnis islam:

- a. Menyelaraskan kepentingan strategis suatu bisnis atau perusahaan dengan tuntutan moralitas Islam.

⁵² Muhammad, *PARADIGMA, METODOLOGI & APLIKASI: EKONOMI SYARIAH* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), hal. 60.

⁵³ Ika Yuliana Fauziya, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Kencana, 2013), hal. 12.

- b. Melakukan perubahan kesadaran masyarakat dengan memberikan cara pandang baru bahwa bisnis tidak terpisah dari etika Islam.

3. Prinsip-prinsip etika bisnis Islam

Untuk membangun budaya bisnis yang sehat, idealnya dari rumusan etika yang akan dijadikan sebagai norma perilaku sebelum aturan (hukum) perilaku dibuat dan dilaksanakan, aturan etika (norma) diwujudkan dalam bentuk aturan hukum. Sebagai kontrol atas individu pelaku bisnis, yaitu melalui penerapan kebiasaan atau budaya moral untuk pemahaman dan penghayatan nilai-nilai dalam prinsip moral sebagai kekuatan inti sebagai kekuatan inti suatu perusahaan dengan mengutamakan dan bertindak atas dasar kejujuran, tanggung jawab, disiplin tanpa diskriminasi.⁵⁴

Etika bisnis hanya dapat berperan dalam komunitas moral, bukan hanya komitmen individu, tetapi tercantum dalam kerangka sosial. Etika bisnis menjamin peran kegiatan bisnis dalam jangka panjang, tidak terfokus pada keuntungan jangka pendek. Etika bisnis akan meningkatkan kepuasan karyawan yang merupakan pemangku kepentingan yang penting untuk diperhatikan.

Etika bisnis membawa pengusaha memasuki bisnis internasional. Oleh karena itu, mereka harus: (a) mengelola bisnis secara profesional, (b) berdasarkan keahlian dan keterampilan khusus, (c) memiliki komitmen moral yang tinggi, (d) menjalankan bisnis berdasarkan profesi/keahlian.

Karena itu, Etika bisnis Islam adalah nilai-nilai dalam kegiatan bisnis yang berlandaskan dengan Alquran dan Hadis, yang dimana etika bisnis Islam bertumpu pada prinsip-prinsip sebagai berikut:

- a. *Unity* (Kesatuan)

⁵⁴ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013), hal. 36-39.

Alam semesta, termasuk manusia adalah milik Allah yang memiliki kemahakuasaan (kedaulatan) yang sempurna atas makhluk-Nya. Konsep tauhid dalam dimensi vertikal mengandung makna bahwa Allah sebagai Tuhan Yang Maha Esa menetapkan batasan-batasan tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifah untuk memberikan manfaat kepada individu tanpa mengorbankan hak individu lainnya.⁵⁵

Artinya lembaga-lembaga sosial, politik, agama, moral, dan hukum yang mengikat masyarakat beserta perangkat kelembagaannya diatur sedemikian rupa sehingga membentuk satu kesatuan sistem yang terpadu untuk mengarahkan setiap individu manusia, agar dapat melaksanakan, mengendalikan dengan baik. dan tetap mengawasi aturan-aturan. Aturan itu sendiri didasarkan pada kerangka konseptual dan ritual masyarakat dalam hubungan vertikal dengan kekuasaan tertinggi (Allah SWT) dan hubungan horizontal dengan kehidupan sesama manusia dan alam semesta secara keseluruhan menuju tujuan akhir yang sama. Semua orang bergantung pada Allah, semakin ketat ketergantungan manusia kepada Allah, semakin Dia akan mencintainya.⁵⁶

b. *Equilibrium* (Keseimbangan, Adil)

Konsep keseimbangan atau keadilan juga bisa dipahami bahwa keseimbangan hidup di dunia dan di akhirat harus dijunjung tinggi oleh seorang pengusaha muslim. Oleh karena itu, konsep keseimbangan berarti menyeru para pengusaha muslim agar mampu mewujudkan tindakan dalam berbisnis yang dapat menempatkan diri dan orang lain pada kesejahteraan dunia dan keselamatan akhirat.⁵⁷

⁵⁵ Badroen and Mufreani, *Etika Bisnis Dalam Islam*, hal. 84.

⁵⁶ *Ibid.*, hal. 90.

⁵⁷ *Ibid.*, hal. 91.

Khalifah atau pengembalian amanat dari Allah SWT secara umum (adil) berlaku untuk semua orang, tidak ada keistimewaan atau keunggulan bagi setiap individu atau bangsa tertentu. Namun tidak berarti bahwa manusia harus selalu memiliki hak dan kewajiban yang sama untuk mendapatkan manfaat atau kegunaan dari alam semesta. Orang memiliki kesetaraan dan keseimbangan dalam kesempatannya, dan setiap individu dapat memperoleh manfaat sesuai dengan kemampuannya (*capabilities and ability*).⁵⁸

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam menuntut untuk berlaku adil dan seimbang, termasuk yang tidak disukai. Hal ini sesuai dasar atas firman Allah dalam surat al-Maidah ayat 8:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوِّمِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ أَنْ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا أَعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ۝ ۸

“Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.” (Q.S al-Maidah ayat 8)

c. *Freewill* (Kebebasan Berkehendak)

Manusia mempunyai kecenderungan sikap untuk bersaing dalam urusan segala hal, termasuk kebebasan berkontraksi di pasar. Konsep ini kemudian menentukan bahwa pasar syariah harus dapat menjamin kebebasan keluar masuknya suatu

⁵⁸ Ibid., hal. 93.

komoditas di pasar, bersama dengan semua faktor-faktor produksinya. Hal ini dimaksudkan untuk menjamin distribusi kekuatan perekonomian dalam mekanisme yang proporsional.

Kebebasan merupakan bagian hal penting dari etika bisnis Islam, namun kebebasan ini tidak merugikan dalam urusan kepentingan bersama. Kepentingan individu terbuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang yang mendorong orang untuk bekerja secara aktif dan bekerja dengan segala potensi yang mereka miliki. Kecenderungan manusia untuk selalu memenuhi kebutuhannya diatur oleh kewajiban setiap individu kepada masyarakat melalui zakat, infaq dan sedekah. Keseimbangan kepentingan individu dan kolektif ini yang menjadi pendorong untuk bergeraknya perekonomian tanpa merusak sistem sosial yang sudah ada.

d. *Responsibility* (Tanggung Jawab)

Tanggung jawab individu begitu fundamental dalam ajaran Islam. Apalagi dalam hal kebebasan ekonomi. Penerimaan prinsip tanggung jawab individu ini berarti bahwa setiap orang akan diadili secara pribadi pada hari kiamat nanti.

Kebebasan tanpa batas merupakan sesuatu yang tidak mungkin dilakukan manusia karena tidak memerlukan akuntabilitas dan tanggung jawab. Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan persatuan, orang harus bertanggung jawab atas tindakan mereka. Secara logika, prinsip ini erat kaitannya dengan kehendak bebas. Ini menetapkan batasan pada apa yang orang bebas lakukan dengan bertanggung jawab atas semua yang dilakukan.⁵⁹

e. *Benevolence* (Kebenaran)

⁵⁹ Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, Hal. 93-94.

Kebenaran berarti melakukan sesuatu perbuatan yang baik sehingga dapat memberikan manfaat kepada orang lain tanpa kepentingan tertentu yang diwajibkan oleh perbuatan tersebut, dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seolah-olah kamu melihat Allah SWT, jika tidak yakin maka Allah SWT yang melihat.⁶⁰

Dalam ranah bisnis, Ahmad menggarisbawahi beberapa tindakan yang dapat mendukung penerapan Ihsan dalam bisnis, yaitu:

1) Kemurahan Hati (*Leniency*)

Kemurahan hati adalah dasar dari Ihsan. Kemurahan atau kedermawanan dapat dikaitkan dengan keikhlasan jika diungkapkan dalam bentuk kesantunan dan kesantunan, perilaku pemaaf, memudahkan masalah orang lain.⁶¹

2) Motif Pelayanan (*Service Motives*)

Pelaku bisnis harus mampu memperhatikan setiap kebutuhan dan kepentingan pihak-pihak lain, menyiapkan setiap layanan yang membantu dalam pengembangan atau perkembangan kondisi sosial dan sebagainya, selama seorang muslim aktif dalam kegiatan bisnis, sudah menjadi kewajiban seorang muslim untuk memberikan yang terbaik bagi umatnya dan bahkan bagi umat manusia pada umumnya.⁶²

3) Kesadaran akan adanya Allah dan aturan yang berkaitan tentang pelaksanaan yang menjadi prioritas.⁶³

⁶⁰ Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, Hal. 102.

⁶¹ Badroen and Mufreani, *Etika Bisnis Dalam Islam*, hal. 102.

⁶² Ibid., hal. 103.

⁶³ Taha Jabir Al-Alwani, *Taha Jabir Al-Alwani* (Yogyakarta: AK Group, 2005), hal. 36.

Dalam literatur lain ada yang mengartikan kebajikan sebagai kebenaran, kebajikan, kejujuran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran versus kesalahan, juga mengandung dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis, kebenaran dimaknai sebagai niat, sikap, dan perilaku yang benar yang meliputi proses kontrak (transaksi), proses pencarian atau perolehan komoditas, serta proses pencapaian atau penentuan keuntungan. Kebenaran ini sudah dijelaskan dalam firman Allah surah Al-Ahzab ayat 70-71.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ۗ يُصْلِحْ
لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ ۗ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ
فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا ٧١

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar. Niscaya Allah memperbaiki bagimu amalan-amalanmu dan mengampuni bagimu dosa-dosamu. Dan barangsiapa mentaati Allah dan Rasul-Nya, maka sesungguhnya ia telah mendapat kemenangan yang besar”. (QS. Al-Ahzab ayat 70-71)

4. Nilai-nilai Etika Bisnis Islam

Adapun nilai-nilai etika Islam yang dapat mendorong bertumbuhnya dan suksesnya bisnis yaitu:⁶⁴

a. Konsep Ihsan

Ihsan adalah upaya individu untuk benar-benar bekerja, tanpa menyerah dengan komitmen penuh untuk melakukan optimalisasi, guna memperoleh hasil yang maksimal. Ini tidak sama dengan kesempurnaan, tetapi optimalisasi. Perfeksionisme tidak dianjurkan karena tidak mungkin dicapai manusia. Kesempurnaan adalah sifat Allah, hanya saja kita tidak mungkin

⁶⁴ Buchari Alma, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam* (Bandung: Alfabeta, 2003).

mendekatinya dengan sempurna. Maka umat Islam harus mengerjakan setiap pekerjaan dengan sebaik-baiknya, semaksimal mungkin.

b. Itqan

Artinya membuat sesuatu dengan hati-hati dan teratur. Oleh karena itu Anda harus bisa menjaga kualitas produk yang Anda hasilkan, melakukan riset dan kontrol kualitas agar hasilnya maksimal.⁶⁵

c. Konsep Hemat

Artinya kita harus hemat, tidak boros, pekerjaan yang menghambur-hamburkan kekayaan adalah sahabat setan. Kita harus berhemat dengan harta, tetapi tidak pelit dan tidak menggunakannya kecuali untuk sesuatu yang benar-benar bermanfaat. Dengan berhemat, kita bisa menghemat sumber daya alam. , kami menabung dan menabung, dan tabungan ini dapat digunakan sebagai sumber investasi lebih lanjut, yang pada gilirannya digunakan untuk produksi.

d. Kejujuran dan Keadilan

Merupakan konsep yang membawa ketenangan pikiran bagi yang melaksanakannya. Kejujuran yang ada pada diri seseorang membuat orang lain senang berteman dan bergaul dengannya. Dalam bisnis membina hubungan sangatlah penting karena hubungan ini akan sangat membantu kemajuan bisnis dalam jangka panjang. Sementara itu keadilan harus diterapkan, misalnya kepada pegawai ada aturan yang jelas dalam pemberian upah, dengan prinsip keadilan, tidak membedakan satu dengan yang lain.

e. Kerja Keras

⁶⁵ Ibid.

Rasulullah sangat terkenal dengan pelaksanaannya konsep ini. Kita mengetahui bagaimana Rasulullah pada masa kecilnya telah mulai bekerja keras mengembalakan domba orang-orang Mekkah, dan beliau menerima upah dari gembalaan itu.⁶⁶

C. Biro Perjalanan Wisata

1. Pengertian Biro Perjalanan Wisata

Berdasarkan dengan UU RI No. 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataan, menyatakan bahwa kepariwisataan adalah kegiatan yang bertujuan untuk memberikan pelayanan pariwisata, menyediakan atau mengusahakan objek wisata dan daya tarik pariwisata, fasilitas pariwisata, dan usaha lain yang terkait di bidang tersebut.⁶⁷ Sedangkan menurut UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, disebutkan bahwa usaha Kepariwisataan adalah usaha yang menyediakan barang atau jasa untuk memenuhi setiap kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan kepariwisataan.⁶⁸

Adapun jenis-jenis jasa kepariwisataan sebagai berikut⁶⁹ :

- a. Jasa Biro Perjanan Wisata
- b. Jasa Agen Perjalanan Wisata
- c. Jasa Pramuwisata
- d. Jasa Konvensi
- e. Perjalanan Insentif Dan Pameran
- f. Jasa Impesariat
- g. Jasa Konsultan Pariwisata

⁶⁶ Ibid.

⁶⁷ U.E Wardhani Dkk, “*Usaha Jasa Pariwisata. Jilid 2 Untuk SMK*“, (Jakarta: Direktorat Pembinaan SMK Direktorat Jenderal Manajemen Pendidikan Dasar dan Menengah, Departemen Pendidikan Nasional, 2008) hlm. 408.

⁶⁸ UU No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan, diakses melalui hukum.unsat.ac.id pada 15 September 2022.

⁶⁹ U.E Wardhani dkk, “*Usaha Jasa Pariwisata...*”, hlm 408.

h. Jasa Informasi Pariwisata

Biro perjalanan wisata sebagai salah satu jenis usaha jasa pariwisata menghasilkan produk yang mengacu pada kepuasan dan kebutuhan wisatawan. Produk tersebut merupakan produk yang mengandung aspek segala pelayanan yang dibutuhkan wisatawan, mulai dari keberangkatan hingga kepulangannya.⁷⁰

Biro perjalanan wisata dapat diartikan sebagai suatu badan usaha jasa komersial yang menyelenggarakan, menyediakan dan menyelenggarakan pelayanan bagi seseorang, atau sekelompok orang (*group*) untuk melakukan perjalanan wisata dengan tujuan utama bepergian.⁷¹

Biro perjalanan wisata merupakan badan usaha yang secara khusus mengatur dan menyelenggarakan sebuah perjalanan dan akomodasi bagi wisatawan, termasuk kelengkapan perjalanannya, dari suatu tempat ke tempat lain, baik di dalam negeri, dari dalam negeri, maupun di luar negeri.⁷²

Biro perjalanan wisata merupakan sebuah usaha yang merencanakan perjalanan dan sekaligus menyelenggarakan perjalanan wisata yang kegiatannya meliputi⁷³ :

- a. Penyusunan dan pelaksanaan Paket Wisata.
- b. Penyediaan jasa pariwisata.
- c. Reservasi akomodasi, restoran dan fasilitas lainnya.
- d. Organisasi peralatan perjalanan (dokumen) untuk pariwisata.

2. Fungsi Biro Perjalanan Wisata

a. Fungsi Umum

⁷⁰ U.E Wardhani dkk, "Usaha Jasa Pariwisata...", Hal. 408.

⁷¹ ⁶²U.E Wardhani dkk, "Usaha Jasa Pariwisata...", Hal. 409.

⁷² Daniel Teguh Kurniawanto, *Nekad Bisnis Tour & Travel* (Yogyakarta: Andi Offset, 2015).

⁷³ U.E Wardhani dkk, "Usaha Jasa Pariwisata...", Hal. 409.

Biro perjalanan wisata adalah sebuah perusahaan jasa pariwisata yang bertujuan untuk mempersiapkan atau mengatur perjalanan seseorang dengan segala kebutuhan perjalanannya. Untuk itulah biro perjalanan wisata berfungsi untuk dapat memberikan informasi atau informasi tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan masalah perjalanan pada umumnya dan perjalanan pada khususnya.

b. Fungsi Khusus

1) Travel Biro sebagai perantara (*internmediary*)

Biro Perjalanan Wisata berfungsi sebagai perantara antara wisatawan dan perusahaan industri pariwisata (sebagai *Supplier*). Untuk kepentingan wisatawan, ia bertugas melengkapi semua informasi mengenai berbagai hal yang berkaitan dengan perjalanan wisata, terutama tujuan wisata yang akan dikunjungi, memberikan saran/petunjuk tentang peluang perjalanan yang baik (rencana perjalanan), termasuk pemilihan hotel, transportasi, bar dan restoran, pertunjukan, dll. Ia juga mengatur/menyiapkan rencana perjalanan, dan menyelenggarakan kunjungan wisata sesuai keinginan wisatawan. Dari sisi perusahaan industri pariwisata (*supplier*) sebagai produsen, Biro Perjalanan Wisata merupakan saluran distribusi untuk menjual produk jasa perusahaan.

2) Travel Biro sebagai *organisator*

Biro perjalanan wisata harus mampu menciptakan kerjasama yang baik antara wisatawan dengan perusahaan industri pariwisata sebagai *Supplier* (perusahaan transportasi, hotel, restoran, tempat wisata, dan lain-lain). Untuk itu perusahaan harus aktif menghubungi dan

bekerjasama dengan *Supplier* : membuat perjanjian yang secara khusus mengatur hubungan kerja yang akan dilakukan untuk kegiatan pariwisata, sehingga jelas hak dan kewajiban masing-masing. Fungsi penting lainnya sebagai organisator adalah menyiapkan berbagai paket wisata, baik berupa wisata yang disesuaikan maupun wisata yang sudah jadi yang dapat ditawarkan kepada calon wisatawan.

3. Ruang Lingkup Biro Perjalanan Wisata⁷⁴

a. Fungsi Pemasaran

- 1) *Making Sales Calls* (Menghubungi pelanggan dan minformasikan produk pariwisata)
- 2) *Analyzing Clients and Maintaining* (Menganalisis pelanggan dan memelihara catatan nama penumpang)
- 3) *Maintaining Correspondence* (Memelihara hubungan surat menyurat dengan kolega dan pelanggan)

b. Fungsi Produksi/Operasi

- 1) Mengumpulkan dan meninjau brosur dan literatur lain dari pemasok produk perjalanan dan menentukan mata uang informasi.
- 2) *Writing tickets* (Menerbitkan tiket)
- 3) *Booking space* (Mengusahakan peluang pemesanan tour maupun tiket)
- 4) *Maintainig and controlling airline ticket stock* (Pemeliharaan dan pengendalian jumlah tiket).
- 5) *Keeping tariffs uo to date* (Tetap update tarif tiket)
- 6) *Designing package tours* (Merancang paket wisata, baik untuk wisata yang sudah jadi maupun wisata yang disesuaikan)

⁷⁴ U.E Wardhani dkk, "Usaha Jasa Pariwisata...", Hal. 413-414.

- 7) *Preparing quotations and agent tariff* (Mempersiapkan perhitungan harga (untuk keperluan produk khusus agen dan atas pesanan)
 - 8) *Receive and process reservations* (Menerima pesanan layanan dan melakukan proses persiapan layanan ke pemasok (transportasi, hotel, restoran, dll)
 - 9) *Finalising booking and execution* (Penyelesaian proses akhir layanan pemesanan dan pelaksanaan layanan jasa)
 - 10) *Filling* (Arsip dokumen perusahaan)
 - 11) *Ordering* (Pemesanan segala kebutuhan perusahaan)
- c. Fungsi Keuangan atau akuntansi
- 1) *Book keeping and accounting* (Melakukan pembukuan dan pencatatan keuangan)
 - 2) *Billing* (Melakukan pembuatan *Invoice* pembayaran)
 - 3) *Budgeting* (Merencanakan pengeluaran perusahaan)

BAB III

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

A. Gambaran Umum Biro Perjalanan Eduwisata Semarang

1. Lokasi Biro Perjalanan Eduwisata Semarang

Biro perjalanan wisata Eduwisata Semarang beralamat di Jalan Bukit Delima VII No. 1, Kecamatan Bringin, Kecamatan Ngaliyan, Kota Semarang. Biro perjalanan Eduwisata Semarang menawarkan pelayanan jasa dalam bidang pelayanan wisata umum, wisata religi, study tour sekolah, dan outbound.

2. Profil Umum Biro Perjalanan Eduwisata Semarang

Eduwisata Semarang merupakan biro pelayanan jasa yang memberikan pelayanan dalam bidang tour dan travel. Eduwisata Semarang sudah mempunyai pengalaman dalam memberangkatkan setiap kegiatan wisata dalam negeri. Eduwisata Semarang memiliki visi dan misi sebagai salah satu biro perjalanan yang melayani perjalanan wisata dengan sepenuh hati dalam memberikan pelayanan, sehingga mampu menjadi teman perjalanan wisatawan saat perjalanan wisata. Eduwisata Semarang juga menambahkan nilai ibadah keagamaan dalam setiap perjalanannya. Hal ini bertujuan untuk menjadikan Eduwisata Semarang mempunyai nilai jual, baik secara sosial maupun spritual.

Eduwisata Semarang berdiri pada tahun 2018, hal ini di dasari dengan spirit meningkatkan kualitas dari setiap perjalanannya dalam bidang pariwisata. Biro ini terdiri dari tenaga profesional yang memiliki banyak pengalaman dibidang pariwisata. Saat ini Eduwisata Semarang melayani macam-macam paket pelayanan wiata ke jawa dan bali.

Loyalitas, totalitas serta integritas dalam pelayanan merupakan modal utama dalam memutar roda usaha ini, dengan adanya tenaga profesional yang berpengalaman yang kami miliki dibidang jasa biro perjalanan wisata. Dengan ini Eduwisata optimis bahwa perusahaan yang kami kami kelola dapat menjadi mitra perjalanan wisatawan dengan selalu memberikan pelayanan yang baik dan sesuai.

3. Dasar Hukum dan Tujuan Biro Perjalanan Eduwisata Semarang

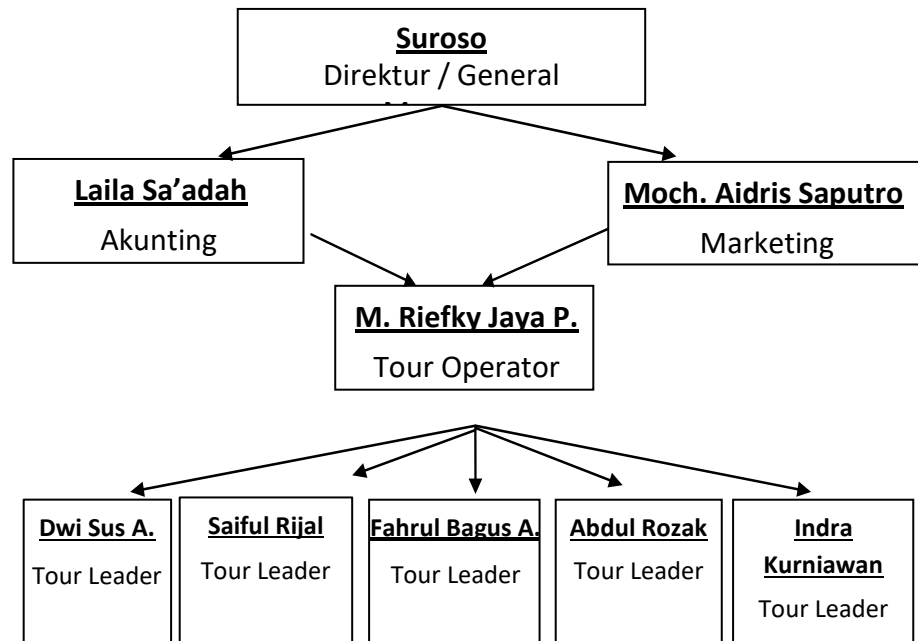
a. Landasan Hukum

- 1) Eduwisata Semarang berlandaskan pada UU No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwataan.
- 2) Aturan dari Menteri Kebudayaan dan Pariwisata No. PM.92/HK.501/mkp/2010. tentang tata cara pendaftaran usaha jasa pariwisata.
- 3) Peraturan dari Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif No. 4 Tahun 2014.

b. Tujuan

- 1) Mengembangkan peluang dan potensi kepariwisataan yang ada di Indonesia.
- 2) Memudahkan wisatawan saat melakukan perjalanan wisata.

4. Struktur Kepengurusan Eduwisata Semarang

Struktur organisasi Eduwisata Semarang

Sebagai salah satu organisasi pelayanan jasa, Eduwisata Semarang mempunyai susunan atau struktur kepengurusan dalam setiap bagianya memiliki tugas masing-masing. Secara sederhananya susunan kepengurusan biro perjalanan wisata berfungsi dan bertugas dalam memberi pelayanan kepada konsumen. Tugas struktur organisasi Eduwisata Semarang yaitu :

a. *Direktur/Manager*

Direktur bertanggung jawab atas analisis, penelitian dan penilaian tugas masing-masing departemen yang melaksanakan pelayanan di biro perjalanan Eduwisata hal ini didasari dari setiap capaian setiap karyawan dari setiap capaian untuk perusahaan serta bertugas untuk menjalankan dan mengawasi semua urusan yang dihadapi oleh biro perjalanan.

Sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan dari Eduwisata, Direktur mempunyai tugas untuk menyiapkan *tour leader* untuk mempunyai pemahaman dan kemampuan untuk memberikan setiap pelayanan kepada wisatawan dengan baik.

“Kami Eduwisata selalu memberikan ruang pelatihan untuk Tour leader dengan turut partisipasi dalam keanggotaan HPI yang bertujuan untuk forum silaturahmi dan tukar pikiran tentang standar pelayanan dan pariwisata yang ada di Indonesia Maka kami selalu meningkatkan pelayanan yang kami berikan.” (Dokumentasi dan Wawancara dengan Bapak Suroso tanggal 19 September 2022)

b. *Accounting*

Accounting merupakan bagian untuk melakukan semua hal yang berhubungan dengan pencatatan keuangan seperti mengatur administrasi, menyusun anggaran keuangan dari layanan produk perjalanan kepada konsumen dan membuat laporan keuangan untuk periodik untuk pengeluaran dan pemasukan perusahaan.

Dalam pencatatan anggaran dari setiap produk layanan wisata yang ditawarkan kepada konsumen. *Accounting* menetapkan anggaran biaya sesuai harga yang berkembang, seperti harga tiket dan harga makanan yang bersifat *fluktuatif*.

c. *Marketing*

Bagian pemasaran bertugas untuk menawarkan setiap produk pelayanan jasa wisata yang ditawarkan Eduwisata kepada konsumen seperti instansi, sekolah atau madrasah dan masyarakat umum dari seluruh lapisan.

“Konsumen yang memakai jasa Eduwisata berawal dari teman dan dari mulut ke mulut, tapi kami juga mencari konsumen dengan menawarkan produk layanan atau proposal wisata kami ke lembaga atau instansi di Kota Semarang” (Dokumentasi dan Wawancara dengan Bapak Suroso tanggal 19 September 2022)

d. *Tour Operator*

Dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, *Tour Operator* bertindak sebagai koordinator *Tour Leader* pada saat perjalanan dilakukan, yang memiliki tanggung jawab pemimpin untuk mengawasi perjalanan tour mengikuti kebutuhan tour, misalnya memastikan restoran yang dipesan, akomodasi, tiket masuk wisata, transportasi dan sebagainya

e. *Tour Leader*

Sebagai upaya dalam memberikan pelayanan, *Tour Leader* mempunyai tugas dalam memimpin setiap perjalanan mulai dari pemberangkatan hingga kepulangan wisatawan dari perjalanan wisata, memberikan pengetahuan tentang jadwal wisata dan daya tarik wisata kepada wisatawan, memberikan pelayanan prima yang ditentukan oleh pimpinan biro perjalanan atas bimbingan *tour operator* Eduwisata.

5. Pelayanan Biro Perjalanan Eduwisata Semarang

a. Pelayanan untuk Pemesanan atau Informasi Paket Layanan Pariwisata.

Eduwisata Semarang kemudahan informasi dan pemesanan produk layanan wisata kepada konsumen. Konsumen dapat mengetahui pilihan produk layanan wisata berdasarkan tujuan, lama waktu saat perjalanan dan fasilitas layanan paket serta rincian anggaran yang di tawarkan oleh Eduwisata Semarang sebagai pertimbangan dalam memilih paket wisata yang di tawarkan kepada konsumen.

b. Layanan Perjalanan

- 1) Menggunakan bis standar dalam pariwisata.
- 2) Memastikan kedatangan dan kelengkapan wisatawan saat dalam perjalanan.
- 3) Memberikan setiap informasi kepada wisatawan tentang waktu, tujuan lokasi dan prosedur saat melakukan perjalanan wisata.
- 4) Menyesuaikan makanan sesuai keinginan konsumen.
- 5) Menyediakan penginapan atau hotel sesuai standar pariwisata.
- 6) Menyediakan fasilitas dokumentasi bagi peserta tour selama dalam perjalanan.
- 7) Crew memakai seragam untuk memudahkan dikenali oleh peserta tour.
- 8) Memberikan kenyamanan peserta dengan selalu berinteraksi dengan peserta.
- 9) Memberikan pemahaman kepada peserta tentang tempat wisata dengan baik dan benar.
- 10) Melakukan evaluasi dengan memintasaran dan kesan kepada wisatawan dalam setiap selesai perjalanan wisata.
- 11) Memberikan game tambahan dalam perjalanan dan memberi *dorrprize*.

4. Layanan Kerjasama Eduwisata Semarang

a. HPI (Himpunan Pramuwisata Indonesia)

HPI merupakan sebuah organisasi yang bertujuan untuk mengikat, memastikan dan mempromosikan para pemandu wisata. HPI secara aktif melaksanakan pembangunan pariwisata secara teratur, tertip dan berkesinambungan.

b. ASPPI (Asosiasi Pelaku Pariwisata Indonesia)

Organisasi ASPPI bertujuan untuk memajukan pariwisata dengan meningkatkan pelayanan dari pelaku pariwisatanya. ASPPI merupakan wadah bagi semua bidang yang bergerak di sektor pariwisata seperti: Biro Perjalanan wisata, Penerbangan, Homestay atau Hotel dan berkaitan langsung dengan industri pariwisata di Indonesia.

c. Penginapan Homestay/Hotel

d. Penyedia Transportasi Bus

e. Penyedia *Catering* atau makanan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Pelayanan pada Biro Perjalanan Eduwisata Semarang

Dalam biro perjalanan, konsumen adalah salah satu bagian penting dalam menentukan dan pencapaian untuk kemajuan biro perjalanan. Hal ini dikatakan bahwa konsumen adalah raja karena konsumen adalah pembeli jasa atau produk yang diawarkan dari biro perjalanan. Hal yang membuat maju perusahaan adalah konsumen yang mempunyai daya minat untuk menggunakan kembali jasa Eduwisata Semarang, salah satunya dengan mempertahankan kualitas pelayanan yang diberikan. Karena itulah dalam kemajuan perkembangan dunia bisnis, suatu perusahaan menjaga kualitas produk dan layanan jasa yang diberikan dengan memperhatikan konsep keunggulan dalam bersaing.

Eduwisata berupaya menjaga dalam memberikan pelayanan yang terbaik, dalam hal ini Eduwisata Semarang mempunyai model yang dilakukan dalam melakukan pelayanan, diantaranya :

1. Menyelesaikan proses dan segala jenis persiapan ke tempat wisata.

Eduwisata Semarang sebelum melakukan perjalanan, memulai dengan menyelesaikan transaksi akad untuk akomodasi dalam perjalanan yang dilakukan oleh Eduwisata dengan Konsumen, pengusaha wisata, penginapan dan tempat makan.

Eduwisata Semarang mengembangkan dan memberi pengetahuan umum untuk kebutuhan pemandu wisata, seperti pengetahuan tentang letak geografis lokasi wisata, budaya yang ada, makanan khas, nilai keagamaan dan pemerintahan dalam setiap perjalanan wisata yang dibutuhkan oleh konsumen. Hal ini dilihat dari manajemen Eduwisata Semarang saat melakukan perjalanan, seperti :

- a. Perencanaan dan mengatur perjalanan wisata
- b. Membangun hubungan dengan industry
- c. Memberikan penjelasan singkat kepada wisatawan
- d. Memberikan informasi atau pengetahuan umum tentang wisata
- e. Mampu mengatasi kejadian yang tidak terduga

2. Edukasi kepada konsumen saat perjalanan wisata.

Eduwisata Semarang dalam pelayanan Edukasi kepada konsumen, dapat dilihat dari *tour leader* yang memberikan penjelasan dan pemahaman nilai sejarah dan lokasi wisata yang dikemas dengan nilai-nilai keislaman. Eduwisata Semarang juga bertanggungjawab memberikan pelayanan untuk mengingatkan dan menjelaskan tata cara melakukan shalat *jama'* dan *qhasar* bagi konsumen yang beragama muslim.

3. Pemilihan lokasi wisata.

Lokasi wisata merupakan objek destinasi yang akan dikunjungi oleh konsumen untuk mencari hiburan atau sekedar menikmati suasana alam. Dalam memberikan pelayanan tentang pemilihan lokasi wisata Bapak Aidris Saputro selaku marketing Eduwisata Semarang dalam wawancara menjelaskan:

“Eduwisata Semarang selalu menawarkan satu wisata religi dari semua lokasi wisata yang akan di kunjungi wisatawan” (Dokumentasi dan wawancara tanggal 19 September 2022)

Dalam hal ini dilihat bahwa, pemilihan tempat wisata Eduwisata selalu menawarkan satu wisata religi dari semua lokasi wisata yang akan dituju oleh konsumen. Hal ini bermaksud selain mencari hiburan, konsumen juga mencari keberkahan untuk menumbuhkan semangat keberagaman.

4. Pemilihan tempat makan dan penginapan/transit.

Eduwisata Semarang sejauh ini selalu memilih tempat penginapan atau transit yang memiliki kriteria seperti :

- a. Memiliki fasilitas yang baik dan layak digunakan untuk membersihkan diri
- b. Mempunyai tempat yang memadai dan fasilitas yang memudahkan wisatawan untuk melakukan beribadahan.
- c. Tersedianya lokasi atau rumah makan yang menyediakan makanan halal bagi umat muslim
- d. Terjaganya keamanan dan rasa aman dari konsumen
- e. Terjaga kebersihan lingkungan

Biro perjalanan wisata akan mencari cara untuk menawarkan produk pesaing untuk mendapatkan lebih banyak pelanggan, sementara juga mempertahankan dan membuat konsumen untuk datang kembali. Namun dilihat dari sudut pandang perusahaan, konsumen mutlak dijaga dan harus memberikan perilaku pelayanan yang baik kepada konsumen. Perusahaan berperan aktif dalam meningkatkan pelayanan konsumen, hal itu merupakan kunci sukses untuk biro perjalanan memberikan pelayanan yang terbaik. Sebaliknya jika konsumen mendapat pelayanan yang kurang baik, maka akan ada pengalaman yang tidak menyenangkan bagi konsumen dan kemungkinan besar akan di ingat. Pelayanan yang prima sangatlah penting bagi pelanggan dan karyawan serta perusahaan untuk menjaga loyalitas konsumen dan membantu memastikan perkembangan masa depan biro perjalanannya.

Pelayanan prima juga dikelola oleh Eduwisata Semarang dalam mengelola bisnis jasa perjalanan wisatanya. Seperti yang dikatakan oleh Bpk. Suroso, dalam wawancara:

“Dalam pelayanan yang prima, kami memberikan pelayanan yang cepat, tepat dan tanggap. Saat perjalanan kami memberikan pelayanan yang fleksibel dengan menanggapi secara cepat dan tepat atas permintaan dari konsumen yang kadang tidak terduga” (Dokumentasi dan wawancara tanggal 19 September 2022)

Dalam hal ini dijelaskan bahwa Eduwisata Semarang sebagai penyedia jasa dengan memperhatikan kualitas yang baik dan fleksibel, tidak kaku dan dapat memberikan pelayanan yang memenuhi kebutuhan konsumen dengan tutur saat menyampaikan dengan cara yang sopan dan ramah. Sehingga dengan melakukan pelayanan yang prima dari biro perjalanan, Eduwisata akan mendapatkan nilai yang baik dimata konsumen yang menggunakan jasa Eduwisata Semarang.

Eduwisata Semarang sangat menyadari bahwa dalam pelaksanaan pelayanan prima sangatlah penting untuk memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada konsumen dengan cara memaksimalkan kinerja pelayanan dari biro perjalanan. Konsep pelayanan prima diterapkan oleh Eduwisata Semarang saat melakukan pelayanan dari wisatawan sebelum melakukan perjalanan wisata sampai kepulangan wisatawan saat melakukan perjalanan wisata bersama biro perjalanan Eduwisata. Salah satu bentuk implementasi pelayanan prima yang dilaksanakan Eduwisata Semarang dalam wawancara dengan Bapak Suroso :

“Pelayanan seperti 5S (Salam, Senyum, Sapa, Sopan dan Santun) ditambah ramah berinteraksi dengan bahasa yang baik adalah yang wajib, karena jika Tour Leader melayani wisatawan dengan tidak ramah, maka dengan sendirinya wisatawan akan merasa tidak nyaman atas pelayanan dalam perjalanan. Karena itu bagian dari layanan.” (Dokumentasi dan Wawancara tanggal 19 September 2022)

Pelayanan tersebut merupakan wujud dari upaya penerapan budaya pelayanan prima yang cepat, tepat, ramah dan nyaman. Semua aspek budaya pelayanan sangat penting untuk meningkatkan kepuasan, kepercayaan dan loyalitas pelanggan kepada perusahaan sehingga baik bagi perusahaan dalam jangka panjang.

Tour leader di biro perjalanan Eduwisata Semarang memberikan pelayanan yang sering dilakukan saat perjalanan wisata, hal ini sesuai dengan konsep pelayanan prima yaitu:

1. Kemampuan (*Ability*)

Tour leader Eduwisata Semarang disiapkan dengan dasar pengetahuan dan keahlian tentang memberikan pelayanan untuk bekerja secara profesional di lapangan. Hal ini dilihat dari pelayanan *Tour Leader* Eduwisata Semarang saat memberikan pemahaman dan pengetahuan kepada konsumen tentang tempat wisata yang dikunjungi. Selain itu saat dalam perjalanan sudah memasuki waktu shalat, *tour leader* selalu mengingatkan untuk niat shalat *jama'* dan *qhasar* (shalat dalam perjalanan) dengan memberikan buku saku panduan tata cara shalat kepada konsumen.

2. Sikap (*Attitude*)

Tingkah laku atau temperamen yang harus ditonjolkan saat berhadapan dengan konsumen. Setiap apa yang dilakukan *tour leader* mencerminkan perilaku atau gerakan yang terlihat pada diri seseorang ketika menjumpai keadaan dilapangan atau ketika berinteraksi dengan konsumen. Perilaku dalam pelayanan juga dapat dinilai dari reaksi terhadap peristiwa yang tidak diperkirakan sebelumnya.

Dalam hal ini, dilihat dari pelayanan yang diberikan adalah 5S (Salam, Senyum Sapa, Sopan dan Santun) yang diterapkan Eduwisata Semarang. Dalam praktiknya mampu membuat konsumen nyaman saat melakukan perjalanan bersama Eduwisata Semarang. Selain itu, Eduwisata menggunakan bahasa yang sopan sehingga mudah dipahami dan tidak menimbulkan ketersinggungan.

3. Penampilan (*Appearance*)

Penampilan *tour leader* Eduwisata Semarang dalam pelayanan, mampu mencerminkan kepribadian diri dan kemampuan seseorang kepada pihak lain. *Tour leader* Eduwisata Semarang dilihat dalam setiap perjalanan selalu mengenakan pakaian seragam untuk identitas diri dan sepatu untuk standar pakaian dalam memberikan pelayanan saat perjalanan.

4. Perhatian (*Attention*)

Rasa kepedulian Eduwisata Semarang secara utuh diberikan kepada konsumen, baik yang berhubungan dengan kepedulian atau kebutuhan yang diinginkan konsumen serta memahami masukan saran dari konsumen. Karena pada dasarnya, konsumen mempunyai perilaku dan karakter yang tidak sama. Dalam hal ini, contoh perhatian *Tour leader* Eduwisata Semarang adalah hadir membantu untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan menyediakan fasilitas air mineral setiap hari dalam perjalanan.

Selain hubungan dengan konsumen, Eduwisata juga sangat peduli dengan kelestarian lingkungan. Hal ini dilihat dari edukasi *Tour Leader* kepada konsumen untuk menjaga dan memperhatikan lingkungan dengan tidak membuang sampah di tempat yang tidak semestinya agar tetap menjaga ekosistem lingkungan yang ada.

5. Tindakan (*Action*)

Action merupakan perilaku yang nyata dalam Eduwisata Semarang memberikan pelayanan wisata kepada konsumen. Jika dihubungkan dengan pelaksanaan dalam memberikan pelayanan, tindakan merupakan kombinasi dari semua aspek di atas, yaitu penerapan langsung oleh Eduwisata Semarang tentang konsep kesanggupan, perilaku, penampilan dan perhatian dalam memberikan pelayanan.

6. Tanggungjawab (*Accountability*)

Eduwisata Semarang melakukan setiap tugas dengan penuh tanggung jawab, hal ini dilihat dari rasa pedulinya Eduwisata Semarang dalam menghindari atau meminimalisir ketidakpuasan para konsumen dengan pelayanan yang diberikan.

B. Analisis Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan pada Biro Perjalan Wisata Eduwisata Semarang

Etika bisnis islam merupakan penerapan nilai-nilai islam dalam kegiatan bisnis dari Alquran dan Hadis yang bertumpu pada prinsip-prinsip islam.⁷⁵ Penerapan perilaku dalam pelayanan yang dijadikan patokan atau acuan dalam berperilaku Eduwisata Semarang dalam kegiatan bisnis yang sesuai dengan prinsip dan dasar syariat agama islam.

Pelayanan adalah wajah dan citra perusahaan pelayanan prima, dalam prakteknya sangatlah erat kaitanya dengan sikap, perilaku dan sopan santun, tidak hanya itu, bahkan mimik atau ekspresi wajah juga detail dalam memberikan pelayanan. Setiap praktik kegiatan pelayanan harus dibarengi dengan etika yang baik ketika melaksanakan program pelayanan sehingga pelayanan dapat dikatakan baik, bermutu dan pelayanan prima. Dalam program pelayanan prima yang dirancang dan dilaksanakan oleh Eduwisata Semarang jika diperhatikan lebih spesifik, pelayanan tersebut harus menjunjung tinggi nilai-nilai etika.

Eduwisata Semarang sebagai biro perjalanan wisata yang menerapkan pelayanan prima, tentunya harus menyadari bahwa pelayanan bukan hanya pelayanan, tetapi juga memerlukan moral atau etika dalam pelayanan. Oleh karena itu, setiap kegiatan perjalanan wisata yang dibuat dalam kaitannya dengan kegiatan pelayanan harus dilakukan dengan moral (etika) dan profesionalisme yang tinggi. Berdasarkan penilaian terhadap pelayanan Eduwisata Semarang tidak terlepas dari ruang lingkup etika bisnis islam, diantaranya yang dilakukan Eduwisata Semarang dilihat dari memperhatikan hal-hal seperti :

1. Unity (Kesatuan)

Menerapkan prinsip kesatuan dalam kegiatan ekonomi menurut perspektif etika bisnis Syariah adalah suatu bentuk perilaku bisnis dimana pelakunya memiliki keyakinan yang kuat akan keesaan Allah

⁷⁵ Badroen and Mufreani, *Etika Bisnis Dalam Islam*, hal. 60.

SWT yang diwujudkan dengan menjalankan semua kegiatan bisnis semata-mata karena Allah SWT.

Menurut Bapak Suroso Manager Eduwisata Semarang menyampaikan :

“Dalam pelaksanaan pekerjaan ditekankan keikhlasan, semata-mata karena Allah SWT, disadari bahwa segala sesuatu yang dilakukan akan ada pertanggungjawabannya. Dari sini pelayanan secara otomatis akan menerapkan sikap-sikap seperti kejujuran, kehandalan, semangat kerja dan lain-lain”

Dalam prinsip ini, Eduwisata Semarang berharap dari kegiatan bisnis yang dilakukan tidak membatasi atau mengganggu kegiatan ibadah saat melakukan perjalanan wisata. Hal ini juga dapat dilihat dari pelayanan Eduwisata Semarang saat dalam perjalanan dengan memperhatikan waktu shalat bagi wisatawan muslim.

2. *Equilibrium* (Keseimbangan, Adil)

Di dunia biro perjalanan wisata, memperhatikan kualitas pelayanan produk merupakan hal yang paling penting untuk diperhatikan dan dijaga seperti yang dilakukan oleh Eduwisata Semarang yang selalu menawarkan pilihan layanan paket wisata dengan tujuan dan harga yang menarik sesuai dengan kualitas pelayanan dan fasilitas akomodasi yang akan diterima serta pembayaran yang fleksibel. Hal ini disampaikan Bapak Suroso yang menyatakan:

“Setiap paket harga wisata yang kami tawarkan, setara dengan akomodasi yang diterima oleh konsumen seperti tujuan wisata, penginapan, transportasi, makanan dan lain-lain.” (Dokumentasi dan Wawancara tanggal 19 September 2022)

Selain itu, Eduwisata Semarang juga menerapkan prinsip tidak membedakan ras, warna kulit, jenis kelamin atau agama. Setiap

konsumen mendapatkan pelayanan yang terbaik dan sama. Menurut hemat penulis, hal ini berdasarkan firman Allah SWT dalam surat al-Hujurat ayat 13:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا
 إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ۝ ١٣

“Hai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling takwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal.” (QS. Al-Hujurat ayat 13)

3. *Freewill* (Kebebasan Berkehendak)

Eduwisata Semarang selalu berinovasi sesuai dengan harapan yang diminati dan dibutuhkan konsumen dalam perkembangan wisata baru dan trend saat ini. Selain itu, hubungan komunikasi antara Eduwisata Semarang dengan pelanggan dan rekan bisnis Eduwisata Semarang selalu dilakukan. Dengan demikian, kepuasan pelanggan akan tercapai dengan baik sesuai dengan ajaran berbisnis dalam Islam. Manager Eduwisata Semarang, Bapak Suroso menjelaskan:

“diawal kami memberikan paket penawaran tujuan wisata, hal itu bersifat gambaran untuk konsumen untuk memilih tujuan wisata sesuai kebutuhannya” (Dokumentasi dan Wawancara tanggal 19 September 2022)

Eduwisata Semarang selalu memberikan kelonggaran atau kebebasan kepada konsumen untuk memilih lokasi wisata, akomodasi dan fasilitas penunjang yang mereka inginkan sesuai dengan kemampuan konsumen. Dalam hal ini Eduwisata Semarang sangat menolak paksaan terhadap pelanggan demi keuntungan. Eduwisata Semarang benar-benar memegang dan menghargai dari setiap keinginan konsumen dengan memberikan kebebasan konsumen

dalam memilih layanan produk wisata. Seperti yang dikatakan dalam Alquran surah Al-Hud ayat 87:

قَالُوا يُشْعِبُ بِطَوْلِكَ تَأْمُرُكَ أَنْ تَتْرِكَ مَا يَعْبُدُ ءَابَاؤُنَا أَوْ أَنْ نَفْعَلَ فِي
أَمْوَالِنَا مَا نَشَاءُ إِنَّكَ لَأَنْتَ الْحَلِيمُ الرَّشِيدُ ٨٧

“Mereka berkata: "Hai Syu'aib, apakah sembahyangmu menyuruh kamu agar kami meninggalkan apa yang disembah oleh bapak-bapak kami atau melarang kami memperbuat apa yang kami kehendaki tentang harta kami. Sesungguhnya kamu adalah orang yang sangat penyantun lagi berakal.” (QS. Hud ayat 87)

4. Tanggungjawab

Tanggung jawab adalah sesuatu yang perlu dipertimbangkan untuk setiap pengusaha biro perjalanan. Salah satu bentuk tanggung jawab yang selalu dilakukan oleh Eduwisata Semarang adalah melayani perjalanan berdasarkan kesesuaian dengan rincian yang di sepakati selama kontrak atau transaksi, memberikan bantuan, membuka ruang untuk konsultasi dan mencatat setiap transaksi.

Dalam praktek ini, Manager Eduwisata Semarang, Bapak Suroso menjelaskan:

“kadang terjadi perubahan kegiatan perjalanan saat kita sudah dalam perjalanan yang diminta konsumen, seperti penambahan tujuan wisata dan lama perjalan yang sebelumnya tidak ada dalam kesepakatan awal” (Dokumentasi dan Wawancara tanggal 19 September 2022)

Berdasarkan penjelasan tersebut Eduwisata sering melakukan perubahan rencana saat sudah perjalanan, hal tersebut menyesuaikan permintaan konsumen saat diperjalanan. Dalam hal ini Eduwisata memberi penawaran kembali produk layanan jika ada perubahan-perubahan yang dilakukan konsumen saat sudah berada di lokasi wisata, dengan bahasa yang sopan dan santun serta memberi pemahaman kepada konsumen terkait perubahan yang dilakukan

adalah sebagai bentuk perilaku tanggung jawab pelayanan untuk kepuasan konsumen.

Eduwisata Semarang terus berupaya meningkatkan rasa kepuasan konsumen dari setiap pelayanan. Mereka menggunakan beberapa strategi pelayanan yang sesuai dengan etika bisnis islam yang kemudian membuat wisatawan merasa nyaman dan tertarik untuk kembali menggunakan layanan jasa tersebut. Hal ini terbukti dari adanya peningkatan jumlah wisatawan setiap tahunnya.

NO.	TAHUN	JUMLAH WISATAWAN (ORANG)
1	2018	112
2	2019	157
3	2020	105
4	2021	134
5	2022	257

Sumber: Arsip Eduwisata Semarang

Bedasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa biro perjalanan Eduwisata Semarang tahun 2018-2022 mengalami peningkatan dan penurunan, terlihat pada tahun 2019 mengalami peningkatan, tahun 2020 mengalami penurunan karena terjadi wabah pandemi covid-19, sehingga layanan jasa Eduwisata hanya berjalan tiga bulan diawal tahun. Dan pada akhir tahun 2021 mengalami kenaikan wisatawan kembali karena sudah menurunnya wabah covid-19 sehingga pemerintah melonggarkan masyarakat untuk bisa melakukan perjalanan dengan adanya pembatasan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari pembahasan mengenai implementasi etika bisnis islam dalam pelayanan biro perjalanan wisata Eduwisata Semarang, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa:

1. Pelayanan yang sudah diterapkan oleh biro perjalanan wisata Eduwisata Semarang tidak hanya untuk mendapat wisatawan , tapi juga untuk memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi wisatawan untuk mendapat kepuasan dalam melakukan perjalanan wisata. Eduwisata Semarang memberikan pelayanan menggunakan pelayanan prima untuk memberikan hal yang lebih dari apa yang di inginkan konsumen, melalui pelayanan prima, Eduwisata Semarang dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik, fleksibel dan mampu merespon setiap permintaan kebutuhan konsumen. Model pelayanan yang diberikan oleh Eduwisata Semarang untuk meningkatkan kepuasan konsumen adalah
 - 1) melakukan penyelesaian proses dan segala jenis persiapan ke tempat wisata,
 - 2) Mengedukasi konsumen saat perjalanan wisata,
 - 3) Pemilihan lokasi wisata,
 - 4) Pemilihan tempat makan dan penginapan/transit.
2. Model bisnis biro perjalanan wisata yang dijalankan Eduwisata Semarang sudah sesuai terhadap penerapan etika bisnis islam. Eduwisata Semarang sebagai salah satu biro perjalanan yang menerapkan pelayanan prima, tentunya harus menyadari bahwa pelayanan yang diberikan bukan hanya pelayanan, tetapi juga

memerlukan perilaku atau sikap yang baik dalam pelayanannya. Hal ini dibuktikan dengan pelaksanaan penerapan etika bisnis islam pelayanan berdasarkan beberapa prinsip-prinsip dasar, seperti: kesatuan, keseimbangan dan keadilan, kehendak bebas dan tanggung jawab.

B. Saran

Upaya untuk meningkatkan kualitas layanan disetiap bidang perusahaan jasa masih perlu terus dilakukan, meskipun dilihat secara umum sudah baik. Dalam upaya untuk meningkatkan kinerja *tour leader* sesuai dengan keinginan biro perjalanan dari konsumen, sebaiknya Eduwisata memberikan pelatihan supaya *tour leader* bisa meningkatkan penguasaan dari semua ketrampilan dan teknik pelaksanaan dalam memberikan pelayanan untuk menghadapi kebutuhan dan keinginan dari berbagai macam kondisi, keadaan dan perilaku konsumen. Selanjutnya para peneliti dan akademisi diharapkan mampu mengembangkan penelitian sekarang ini dengan mengkaji faktor-faktor lainnya yang mampu memberi pengaruh dari kualitas pelayanan yang baik kepada konsumen..

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Alwani, Taha Jabir. *Taha Jabir Al-Alwani*. Yogyakarta: AK Group, 2005.
- Alma, Buchari. *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam*. Bandung: Alfabeta, 2003.
- Alma, Buchari, and Donni Juni Priansa. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Andriani, Dini, A. Khalik, K., and Titi Nurhayati. "Kajian Pengembangan Wisata Syariah." *Asdep Litbang Kebijakan Kepariwisata*, no. Syariah Tourism (2015): 1–201. <http://www.kemepar.go.id/userfiles/2015> Kajian Pengembangan Wisata Syariah.pdf.
- Aziz, Abdul. *Etika Bisnis Prespektif Islam*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- . *Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha*. Cirebon: Alfabeta, 2013.
- Badroen, Faisal, and Arief Mufreani. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana, 2006.
- Barus, Elida Elfi. "Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Pada Rumah Makan Wong Solo Medan)." *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam 2*, no. 2 (2016): 125–146.
- Brata, Atep Adya. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2006.
- Chandra, Gregorius, and Fendy Tjipto. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi, 2012.
- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis: Menangkap Ajaran Langit Dan Pesona Ajaran Bumi*. Jakarta: Penebar Plus, 2012.
- Fauziya, Ika Yuliana. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana, 2013.
- Jaelani, Aan. "Industri Wisata Halal Di Indonesia: Potensi Dan Prospek." *Mpra*, no. 76237 (2017): 5.
- Johan Arifin. *Etika Bisnis Islam*. Semarang: Walisongo Press, 2009.
- Kasmir. *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori Dan Praktik)*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2016.
- Keuangan, Departemen Perizinan dan Informasi Perbankan Otoritas Jasa. "Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Tahun 2015." *Otoritas Jasa Keuangan* (2013): 1–82.
- Kurniawanto, Daniel Teguh. *Nekad Bisnis Tour & Travel*. Yogyakarta: Andi Offset, 2015.
- Muhammad. *PARADIGMA, METODOLOGI & APLIKASI: EKONOMI SYARIAH*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Nurhadi, Nurhadi. "Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah." *EkBis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis 2*, no. 2 (2020): 137.
- Nusantara, Agung. "SELAMATKAN SEKTOR RIIL INDONESIA." *Dinamika Keuangan dan Perbankan 1*, no. 1 (2009): 39–46.
- Pawestriningtyas Catur, Nining, Suharyono, and Imam Suyadi. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN NASABAH (Survei Pada Nasabah Perum Pegadaian Kantor Cabang

- Syariah Tlogomas Malang).” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 32, no. 2 (2016): 39–46.
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1262>.
- Qardhawi, Yusuf. *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani, 1997.
- . *Peran Nilai Moral Dalam Perekonomian Islam*. Jakarta: Rabbani Press, 2001.
- Ridlo, Mohammad Ali, Abdurrohman Kasdi, and Muhammad Shohibul Itmam. “Implementasi Kualitas Layanan Syariah Pada Biro Perjalanan Wisata OTW Tour Pati.” *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi* 1, no. 2 (2021): 43–54.
- Riofita, Hendra. “Analisis Pelayanan Prima Dan Kualitas Pelayanan Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Provinsi Riau.” *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen dan Keuangan* 2, no. 1 (2018): 29.
- Saifullah, Muhammad. “ETIKA BISNIS ISLAMIS DALAM PRAKTEK BISNIS RASULULLAH.” *Walisono* 19 (2011).
- Sari, Dwi Hardika. “Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) Makanan Dan Minuman Di Kabupaten Tuban.” *Jurnal Ilmiah Brawijaya* 1 (2019): 11–20.
- Satoridian, Dajm`an, and Aan Komariah. *Metodologi Penelitan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- Tajung, Hendri, and Didin Hafidudin. *Manajemen Syariah Dalam Praktik*. Jakarta: Gema Insani, 2003.
- Utomo, Anis Punto. *Dua Dekade Ekonomi Syariah: Menuju Kiblat Ekonomi Islam*. Jakarta: Publishing Pusat Komunikasi Ekonomi Syariah, 2013.
- “Fokus Di Perbankan, Sektor Riil Syariah Masih Terabaikan | SwaMedium.” Accessed September 20, 2022.
<https://www.swamedium.com/2017/05/04/fokus-di-perbankan-sektor-riil-syariah-masih-terabaikan/>.
- “Kebijakan UMKM Picu Ekonomi Sektor Riil Bergeliat : Okezone Economy.” Accessed September 20, 2022.
<https://economy.okezone.com/read/2016/11/30/20/1554846/kebijakan-umkm-picu-ekonomi-sektor-riil-bergeliat>.
- “Majelis Penulis: Etika Bisnis Islam.” Accessed September 20, 2022.
<http://majelispenulis.blogspot.com/2014/11/etika-bisnis-islam.html?m=1>.
- “Perkembangan Ekonomi Terkini 2015:IV – Macroeconomic Dashboard.” Accessed September 20, 2022.
<https://macroeconomicdashboard.feb.ugm.ac.id/perkembangan-ekonomi-terkini-2015iv/>.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1

Daftar pertanyaan Wawancara pada Pihak Biro Perjalanan Wisata Eduwisata Semarang

Pertanyaan:

1. Gambaran berdirinya biro perjalanan wisata Eduwisata Semarang atau profil dari Eduwisata Semarang?
2. Bagaimana struktur kepengurusan yang ada di Eduwisata Semarang?
3. Apa tugas-tugas dari setiap struktur kepengurusan di biro perjalanan wisata Eduwisata Semarang?
4. Produk pelayanan apa saja yang diberikan oleh Eduwisata Semarang kepada Konsumen?
5. Adakah mitra bisnis untuk menunjang pelayanan jasa dari Eduwisata Semarang?
6. Bagaimana perilaku pelayanan yang diberikan Eduwisata dalam memberikan pelayanan kepada konsumen?
7. Adakah kendala untuk Eduwisata Semarang saat memberikan pelayanan kepada konsumen?

Lampiran 2

Transkrip Wawancara

Nama : Bapak Suroso
Jabatan : Direktur/Manager
Hari/Tanggal : Senin, 19 September 2022

1. Gambaran berdirinya biro perjalanan wisata Eduwisata Semarang atau profil dari Eduwisata Semarang?

Jawab: Eduwisata berdiri tahun 2018 yang memiliki visi dan misi sebagai salah satu biro perjalanan yang melayani perjalanan wisata dalam memberikan pelayanan, sehingga mampu menjadi teman perjalanan wisatawan saat perjalanan wisata.

Saat ini Eduwisata Semarang melayani macam-macam paket pelayanan wisata ke Jawa dan Bali.

2. Bagaimana struktur kepengurusan dan tugas-tugas yang ada di Eduwisata Semarang?

Jawab: Susunan kepengurusan Eduwisata Semarang terdiri dari Manager, Akuntan, Marketing, Tour Operator dan Tour Leader.

3. Produk pelayanan apa saja yang diberikan oleh Eduwisata Semarang kepada Konsumen?

Jawab: Layanan yang kami berikan kepada konsumen saat perjalanan yaitu: (1) melakukan penyelesaian proses dan segala jenis persiapan ke tempat wisata, (2) Mengedukasi konsumen saat perjalanan wisata, (3) Pemilihan lokasi wisata, (4) Pemilihan tempat makan dan penginapan/transit.

4. Adakah mitra bisnis untuk menunjang pelayanan jasa dari Eduwisata Semarang?

Jawab: Sekarang ini ada lima rekan bisnis Eduwisata Semarang

- a. HPI (Himpunan Pramuwisata Indonesia)
- b. ASPPI (Asosiasi Pelaku Pariwisata Indonesia)
- c. Penginapan Homestay/Hotel
- d. Penyedia Transportasi Bus
- e. Penyedia *Cattering* atau makanan.

5. Bagaimana perilaku pelayanan yang diberikan Eduwisata dalam memberikan pelayanan kepada konsumen?

Jawab:

- a. Dalam pelayanan, kami memberikan pelayanan yang cepat, tepat dan tanggap. Saat perjalanan kami memberikan pelayanan yang fleksibel dengan menanggapi secara cepat dan tepat.
- b. Pelayanan seperti 5S (Salam, Senyum, Sapa, Sopan dan Santun) ditambah ramah berinteraksi dengan bahasa yang baik.

6. Adakah kendala untuk Eduwisata Semarang saat memberikan pelayanan kepada konsumen?

Jawab: kadang terjadi perubahan kegiatan perjalanan saat kita sudah dalam perjalanan yang diminta konsumen, seperti penambahan tujuan wisata dan lama perjalanan yang sebelumnya tidak ada dalam kesepakatan awal.

Lampiran 3

Produk Paket Layanan Eduwisata Semarang

PAKET 2 HARI 1 MALAM

Via PELNI (Tanjung Mas Semarang) Home Stay KMD (Non AC) : IDR 950K

Home Stay (AC) : IDR 1050K

Hotel Happinez Hills : IDR 1600K

Java Paradise : IDR 1700K

Adapun Fasilitas Paket 2 hari 1 malam Karimunjawa yang akan anda dapatkan:

1. Tiket Kapal PELNI Kelimutu PP Ekonomi
2. Antar Jemput ke pelabuhan ke penginapan
3. Penginapan 2 Hari 1 Malam (1 kamar 2 Orang)
4. Kapal 1x untuk keliling pulau
5. 5x makan
6. Retribusi pelabuhan
7. Bakar Ikan (BBQ), air mineral, dan roti untuk Pakan Ikan
8. Welcome Drink
9. Alat Snorkeling dan Pelampung (Masing — Masing Peserta 1 Paket)
10. Dokumentasi & kamera underwater
11. Guide lokal dan Guide dari Eduwisata Semarang

Spot Wisata Karimunjawa Yang Akan di Kunjungi:

- Menjangan Kecil
- Spot snorkeling maer
- Spot snorkeling Nyamplungan
- Pantai Ujung Gelam (hunting sunset)
- Bukit Love
- Makam Sunan Nyamplungan

JADWAL TOUR 2 HARI 1 MALAM (KAPAL PELNI)

Hari Pertama (Jumat)

Pukul	Keterangan
20.00 — 21.00	Meeting point dengan team Archy Tour & Travel di Pelabuhan Tanjung Emas Semarang
22.00 — 23.00	pembagian tiket sekaligus memasuki kapal
24.00 —...	Kapal menuju Karimunjawa

Hari kedua

Pukul	Keterangan
01.00-06.00	Perjalanan menuju Karimunjawa sekaligus bermalam di atas kapal (disediakan tempat tidur)
04.30-05.00	Menikmati suasana Sunrise Karimunjawa di atas kapal dilanjutkan sarapan
06.00 —..	Kapal sandar di pelabuhan Karimunjawa
07.00— 08.00	Peserta ganti baju renang di atas kapal dilanjutkan tour laut
08.00 — 12.00	Trip spot maer , aktivitas: Snorkling , dilanjutkan makan siang di pulau
12.00 — 13.00	Makan siang
13.00 — 17.00	Trip nyamplungan (snorkeling) kemudian ke Ujung gelam , aktivitas: Bermain dipantai, Berenang, hunting sunset
17.00-18.00	Pulang ke penginapan
18.00-19.00	Istirahat, bersih-bersih, dll
19.00-20.00	Makan malam
20.00-22.00	Makam Sunan Nyamplungan
22.00-....	ISTIRAHAT

Hari ketiga

Pukul	Keterangan
06.00 — 07.00	Bersih-bersih dan sarapan di hotel
07.00 — 07.30	Pejalanan menuju bukit love
07.30 — 09.30	Tour darat ke bukit love untuk menikmati panorama karimunjawa dari ketinggian
09.30 — 10.30	Kembali ke hotel dan prepare check out
11.30 — 11.00	Menuju ke pelabuhan karimunjawa,
11.00-12.00	Bording kapal
12.00-19.00	Perjalanan Karimunjawa Semarang

Keterangan = Acara Sewaktu Waktu Dapat berubah tergantung kondisi Lapangan

KARIMUNJAWA 3 HARI 2 MALAM

*Meeting point Bandara Ahmad Yani Semarang atau Stasiun Poncol/Tawang

Home Stay KMD (Non AC) : IDR 1200K

Home Stay (AC) : IDR 1450K

Hotel Happines Hills : IDR 2000K

Java Paradise : IDR 2100K

Fasilitas yang didapat

1. Tiket Express Bahari (PP)
2. mobil untuk tour darat
3. Kapal untuk 1 hari tour / keliling pulau
4. Makan 6X
5. Tiket Masuk Ke pulau-pulau dan Biaya sandar kapal
6. BBQ, air Mineral, dan roti untuk pakan ikan
7. Teh hangat, air mineral, dan P3K.
8. Alat snorkeling dan pelampung. 9.Dokumentasi underwater dan darat

10. Guide Lokal & Guide Eduwisata Semarang

Spot Wisata Karimunjawa Yang Akan di Kunjungi:

- Spot snorkeling maer
- Cemara kecil
- Spot snorkeling Nyamplungan
- Pantai Ujung Gelam (hunting sunset)
- Bukit Love
- Pantai bobi
- Makam Sunan Nyamplungan

Yang Tidak Termasuk Paket:

- Pengeluaran pribadi selama di Karimunjawa di luar paket(jajan atau beli souvenir)

ITINERARY 3 Hari 2 Malam

Hari Pertama

Pukul	Keterangan
08.00 — 09.00	Berkumpul di Pelabuhan pantai kartini jepara, Jawa Tengah, Indonesia.pembagian tiket kapal dari crew
09.00 — 11.00	Perjalanan menuju Karimunjawa menggunakan kapal Express Bahari
11.00 — 13.00	check in penginapan/hotel, makan siang, istirahat
14.30 — 17.00	Tour darat pantai Bobi
17.00 — 18.00	Istirahat
18.00 — 20.00	Makan malam
20.00 — ...	Acara bebas

Hari Kedua

Pukul	Keterangan
07.00 — 08.00	Makan pagi di penginapan, persiapan tour laut
08.00 — 17.00	Trip ke maer (snorkeling), BBQ ikan di Pulau Cemara kecil (main dipantai dan snorkeling), setelah makan siang dilanjutkan snorkeling di spot nyamplungan, dan terakhir hunting sunset di tanjung gelam.
17.00 — 18.00	Perjalanan kembali ke penginapan
19.00 — 20.00	Makan Malam
20.00 — 22.00	Acara bebas
22.00-...	Istirahat

Hari Ketiga

Pukul	Keterangan
06.30 — 07.30	Sarapan dan bersih-bersih
07.30 — 10.00	Wisata ke bukit love
10.00 — 10.30	Kembali ke hotel persiapan check out
10.30 — 11.00	Kembali ke hotel dan prepare check out
10.00 — 11.00	Menuju ke pelabuhan karimunjawa,
11.00-13.30	Perjalanan dari karimunjawa menuju jepara

*Jadwal acara dan tujuan wisata tidak mengikat, dapat berubah setiap saat disesuaikan dengan kondisi lapangan dan cuaca

Lampiran 4

Dokumentasi



1 Jl. Bukit Delima VII

(Lokasi Kantor Eduwisata Semarang)



(Wawancara dengan Bapak Suroso selaku Direktur Eduwisata Semarang)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Muhammad Gufron Ma'arif
Tempat, Tanggal Lahir : Pati, 11 Juli 1999
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Alamat : Ds. Sendangrejo RT 02 RW 02
Kec. Tayu Kab. Pati
No. HP : 089688712805
Email : gufronpati1107@gmail.com
Kewarganegaraan : Indonesia
Riwayat Pendidikan : MI Mansyaul Huda 2005 – 2011
Mts Raudlatut Thalibin 2011 – 2014
MA Raudlatut Thalibin 2014 – 2017
UIN Walisongo Semarang 2017 – sekarang

Semarang, 5 Oktober 2022



Muhammad Gufron Ma'arif

NIM. 1705026096