

Etika Bisnis Islam Dalam Pelayan Haji dan Umroh

Bayu Kurniawan Dwiatma
UIN Raden Intan Lampung
laskarpelangi73dj@gmail.com

Abstract

This article emphasizes that the Islamic ethical values are considered as important values put as spirit of business activities. They will potentially become special power of a company, and will eventually become a stimulus to grow up the consumers' loyalty. This research is a field research that also supported by a qualitative, descriptive qualitative approach which aims to explain and describe how Islamic business ethics works in providing best services in implementing the Hajj and Umrah as Islamic teachings, organized by PT. Haztour. The results of this study point out that the values of Islamic business ethics implemented by PT. Haztouris First, the value of honesty in every service provided for consumers. Second, the value of humility in serving consumers in the form of appreciation and policy. Third, the value of keeping promises in the service of the Hajj and Umrah from what has been written and spoken to consumers. Fourth, the value of responsibility in each implementation of consumers service (pilgrims of Hajj and Umrah).

Keyword : *Islamic Business Ethics, Hajj and Umrah Services*

Abstrak

Artikel ini menekankan bahwa nilai-nilai etika Islam dianggap sebagai nilai penting yang dimasukkan sebagai spirit dari kegiatan bisnis. Hal tersebut akan berpotensi menjadi kekuatan khusus perusahaan, dan pada akhirnya akan menjadi stimulus untuk menumbuhkan loyalitas konsumen. Penelitian ini adalah penelitian lapangan yang juga didukung oleh pendekatan kualitatif, deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menjelaskan dan mendeskripsikan bagaimana etika bisnis Islam bekerja dalam memberikan layanan terbaik dalam melaksanakan ibadah haji dan umrah sebagai ajaran Islam, yang dilakukan oleh PT. Haztour. Hasil penelitian ini

menunjukkan bahwa nilai-nilai etika bisnis syariah yang diterapkan oleh PT. Haztour Pertama, nilai kejujuran dalam setiap layanan yang diberikan bagi konsumen. Kedua, nilai kerendahan hati dalam melayani konsumen dalam bentuk apresiasi dan kebijakan. Ketiga, nilai menepati janji dalam pelayanan haji dan umrah dari apa yang telah ditulis dan diucapkan kepada konsumen. Keempat, nilai tanggung jawab dalam setiap implementasi layanan konsumen (jemaah haji dan umrah).

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

PENDAHULUAN

Etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang sesuai dengan syariah.¹ Selain itu etika bisnis Islam juga dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis, yaitu refleksi tentang perbuatan baik, buruk, tercela, benar, salah, wajar, pantas, tidak pantas dari perilaku seseorang dalam berbisnis atau bekerja.² Jadi dapat di fahami bahwa etika bisnis Islam merupakan seperangkat prinsip atau norma yang diterapkan oleh para pelaku bisnis dalam bertransaksi, berperilaku dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat.

Di masa sekarang ini tak jarang suatu bisnis travel diidentikkan dengan perbuatan yang kotor, karena terdapat perilaku ingkar janji, modus penipuan dan lain sebagainya. Bahkan dalam pelayanan haji dan umroh sekalipun, praktek-praktek kecurangan acak kali terjadi. Padahal perusahaan akan menjadi lebih baik jika menerapkan nilai-nilai Islam dalam bisnis, seperti membudayakan kejujuran, kerendahan hati, menepati janji, dan tanggung jawab dalam lingkungan perusahaannya.

Beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut; *pertama*, penelitian yang berjudul; *Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi pada Pelaku Usaha Kecil* yang dilakukan oleh Fitri Amalia³, Hidayatulali dan Ratna menulis hasil penelitian dalam Repositori UMI berjudul *Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Customer Retention Nasabah*

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

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

³Fitri Amalia, *Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi pada Pelaku Usaha Kecil*, Al-Iqtisad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syari'ah, Vol.6 No.1 Tahun 2014

*Simpanan (Studi Kasus Pada Bmt Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)*⁴ juga hasil penelitian yang dilakukan oleh Jaiz M Awwali, Dewi Rahmi, Noviani yang berjudul *Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Usaha Travel Umroh di Kota Bandung*⁵.

Penelitian yang penulis lakukan lebih focus pada penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam di dalam memberikan pelayanan yang dilakukan oleh sebuah lembaga atau perusahaan kepada jama'ah yang melaksanakan ibadah haji dan umrah. Hal ini dilakukan mengingat banyak terjadi pelayanan yang diberikan oleh perusahaan yang memberangkatkan jama'ah untuk berhaji atau umrah tidak sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam.

PT. Helutrans Alhaadi Ziarah Tour (selanjutnya dalam tulisan ini akan disebut dengan PT. Haztour) merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa pemberangkatan haji khusus (ONH Plus) dan umrah serta paket-paket perjalanan wisata Islami domestik dan internasional. Tulisan ini lebih menyoroti bagaimana PT. Haztour mengimplementasikan prinsip etika bisnis Islam dalam aktivitas bisnis layanan ibadah haji dan umroh.

PEMBAHASAN

Nilai-nilai etika bisnis Islam yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Hadits yang diimplementasikan oleh PT. Haztour secara detail dapat dideskripsikan sebagai berikut;

Nilai Kejujuran

Dalam melakukan transaksi bisnis Rasulullah menggunakan kejujuran sebagai etika dasar. Cakupan jujur ini sangat luas, seperti tidak melakukan penipuan, tidak menyembunyikan cacat pada barang dagangan, menimbang barang dengan timbangan yang tepat, dan lain-lain.⁶

Kejujuran adalah nilai terpenting yang selalu ditanamkan kepada diri sendiri dan kepada karyawan, karena nilai kejujuran adalah pondasi untuk ketahanan perusahaan dalam menjalankan bisnis ini. Seperti kejujuran yang diterapkan oleh PT. Haztour dalam memberikan informasi kepada jamaah yaitu pada jam operasional kerja mulai pukul 07.30 sampai 16.00 WIB bertempat di kantor PT. Haztour, atau via telepon dilakukan di luar jam kerja.⁷

⁴Hidayatullaili, Ratna, *Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Customer Retention Nasabah Simpanan (Studi Kasus Pada Bmt Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)*, Repositori UMY, 2016

⁵Jaiz M Awwali, Dewi Rahmi, Noviani, *Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Usaha Travel Umroh di Kota Bandung*, Prosidin Ilmu Ekonomi, Universitas Islam Bandung, 2017

⁶Buharnuddin Salam, *Etika Sosial*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1994), h. 162.

⁷Aktivitas Pelayanan, ruang tamu PT. Haztour, Jakarta Timur, Observasi, 22 Oktober 2018.

Penjelasan paket-paket yang dijual hingga proses administrasi, dan untuk proses administrasi dapat dilakukan dengan meminta karyawan untuk mengambil uang administrasi di tempat kerja jamaah, di rumah, atau di tempat lain.⁸ Serta transparansi *schedule* jamaah pada saat di Indonesia maupun di Arab Saudi.⁹

Terkait dengan kebenaran atau kejujuran terhadap paket-paket yang ditawarkan kepada pelanggan dapat di kemukakan sebagai berikut :*Pertama*; Kejujuran Dalam Pelayanan Haji Khusus (ONH Plus), Paket Perjalanan Haji Khusus PT. Haztour di tahun 2018 adalah Paket *Rahmah (Arbain)*, dengan menggunakan fasilitas hotel bintang 5 seperti *Hilton Suites New* atau *Millenium Tower* atau *Royal Daral Eiman* di Makkah, *Movenpick* atau *Royal Makarrem* di Madinah,¹⁰ termasuk juga pada saat pelaksanaan manasik haji yang bertempat di *The Alana Hotel and Conference Center* (Sentul), pemberian *souvenir* yaitu koper besar dan kecil, tas ransel, buku panduan pelaksanaan ibadah, sajadah, dan lain-lain pada saat manasik haji, pemberian bimbingan haji di Indonesia.¹¹ Dan untuk periode *masyair*, jamaah akan menginap di *apartement* atau *flat* pada saat di Mina.¹²

Untuk dapat menggunakan paket *Rahmah* tahun 2018 dengan fasilitas-fasilitas diatas, pembiayaan haji khusus dibagi menjadi tiga, dengan biaya:¹³ Harga paket/orang *double room*: USD 11.250, Harga paket/orang *triple room*: USD 10.800, Harga paket/orang *quad room*: USD 10.300

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

⁸Kejujuran dalam penyampaian informasi paket umroh, kantor PT. Haztour, Jakarta Timur, Observasi, 22 Oktober 2018.

⁹Dokumentasi, Brosur perjalanan umroh PT. Haztour

¹⁰*Ibid*,

¹¹Kejujuran dalam pemberian pelayanan kepada jamaah haji PT. Haztour *The Alana Hotel and Conference Center*, Sentul, 06-08 Juli 2018.

¹²Alfani Erythrina Koto, *Adminand Accounting Manager*PT. Haztour, *The Alana Hotel and Conference Center*, Sentul, wawancara dengan penulis, 07 Juli 2018.

¹³Alfani Erythrina Koto, *Adminand Accounting Manager* PT. PT. Haztour Tour, Kantor PT. Haztour, Jakarta Timur, wawancara dengan penulis, 04 Juli 2018.

¹⁴Alfani Erythrina Koto, *Adminand Accounting Manager*PT. Haztour , wawancara (*whats.App*) dengan penulis, 5 Maret 2019.

discount, tetapi pihak travel berinisiatif untuk meningkatkan pelayanannya dengan melakukan *upgrade* fasilitas yang lebih tinggi untuk menambah tingkat *customer satisfaction*.

Kedua; Kejujuran Dalam Pelayanan Umroh, perilaku kejujuran yang dilakukan oleh pihak PT. Haztour adalah kejujuran dalam menjelaskan paket-paket layanan yang diminta oleh konsumen atau jamaah untuk layanan umroh *plus tour* ke Turki. Yang mana petugas PT. Haztour menawarkan paket-paket umroh yang telah ada dan sesuai dengan harga *dollar* yang telah ditetapkan sebelumnya dan hanya menambahkan biaya untuk *tour* ke Turki.¹⁵ Selain dari kejujuran dalam menyampaikan informasi tersebut, PT. Haztour juga menjelaskan fasilitas-fasilitas yang akan didapatkan dengan harga yang disepakati, dan tidak menyembunyikan kelemahan diantara paket-paket layanan tersebut yang telah tertulis dalam brosur ataupun *website*.¹⁶

Penerapan nilai kejujuran oleh PT. Haztour dalam pelayanan umroh memberikan dampak positif terhadap peningkatan kepercayaan konsumen dalam menggunakan jasa layanan PT. Haztour. Banyaknya kasus penipuan yang dilakukan oleh biro travel haji dan umroh di Indonesia, juga berpengaruh kepada peningkatan kepercayaan konsumen kepada PT. Haztour. Bentuk kepercayaan konsumen diwujudkan dengan *pertama*, banyaknya jamaah yang kembali menggunakan jasa layanan umroh PT. Haztour. *Kedua*, adanya jamaah umroh yang menjadi langganan tetap dalam menggunakan layanan PT. Haztour. *Ketiga*, terdapat korban jamaah *First Travel* yang berasal dari Tangerang yang mendaftar di PT. Haztour.¹⁷

Untuk Paket Umroh, PT. Haztour mempunyai paket-paket standar yang disesuaikan dengan kebutuhan para calon jamaah umroh, seperti: *Paket Diamond*. Yaitu paket eksekutif dengan akomodasi hotel bintang 5 seperti di Makkah, Mira Aiyad, Hilton Hotel, Hilton Tower, Rotana, Movenpick Hajar Tower Al Safwah, dll. Sedang di Madinah menggunakan Anwar Madinah Movenpick, Royal Diyar, Diyar International, Raddison Blu. Sementara di Jeddah, menggunakan hotel, Jeddah Marriot atau Merident.

Sedangkan penerbangan yang digunakan untuk Paket Diamond umumnya adalah penerbangan langsung Jeddah atau Madinah seperti Garuda Indonesia *Airline* dan Saudia atau penerbangan tidak langsung yang antara lain, Emirates, Malaysia *Airline*, Singapore *Airline*. Paket lainnya adalah

¹⁵Kejujuran dalam penyampaian informasi paket umroh, kantor PT. Haztour , Jakarta Timur, Observasi, 10 Agustus 2017.

¹⁶Kejujuran dalam pelayanan paket umroh, kantor PT. Haztour , Jakarta Timur, Observasi, 25 Oktober 2018.

¹⁷M. Janni, *Processing Visa* PT. Haztour , wawancara dengan penulis, kantor PT. Haztour , Jakarta Timur, 04 Juli 2018.

Paket Gold dan Gold Plus. Paket *gold* yaitu paket dengan akomodasi hotel bintang 3 seperti di Makkah, Hanin Tower, Rayhan Al Hijra, Eiman Inn Group, Mawaddah Firdaus. Sedang di Madinah PT. Haztour menggunakan Hotel Dallah, Mubarak Madinah, Wasel Reem, Eiman Tayibah, Arac Al Majeedi dan hotel lain yang setara. Apabila menginap di Jeddah, Kami memilih hotel, Al Jazirah yang dekat dengan Balad atau Rose Inn. Penerbangan yang digunakan untuk Paket *Gold* umumnya adalah penerbangan langsung Jeddah atau Madinah seperti Garuda Indonesia dan Lion Air atau penerbangan tidak langsung yang antara lain, Emirates, Qatar Airline, Etihad.

Sedangkan yang dimaksud dengan Paket *Gold Plus*, adalah kombinasi antara hotel bintang 3 di Madinah dengan hotel bintang 4 atau 5 di Makkah, seperti Hilton Suites New dan Movenpick. Dengan biaya paket *gold* sebagai berikut:¹⁸ a) Harga paket *gold/orang double room: USD 1.645-2.085*, b) Harga paket *gold/orang triple room: USD 1.700-2.175*, c) Harga paket *gold/orang quad room: USD 1.825-2.365*, d) Harga paket *goldplus/orang double room: USD 2.935-2.975*, e) Harga paket *gold plus/orang triple room: USD 2.685-2.700*, dan f) Harga paket *gold plus/orang quad room: USD 2.535-2.550*

Paket Khusus atau Wisata Halal. Selain paket Standar di atas, PT. Haztour juga mempunyai paket lainnya yang dihubungkan dengan peristiwa tertentu, seperti: Paket Awal Ramadhan, Paket Jelang Ramadhan, Paket Akhir Ramadhan, Paket *Full* Ramadhan, Paket *Nisfu Sya'ban*, Paket *Isra' Mi'raj*, Paket *Maulid* Nabi SAW, Paket Tahun Baru, dan Paket Umroh *Plus* Dubai, Turki, Istanbul, Cairo, Yamman atau Yerusalem.¹⁹

Nilai Kerendahan hati

Kerendahan hati merupakan salah satu sifat mulia yang diajarkan oleh para Nabi. Kerendahan hati merupakan etos mulia yang penting dalam membangun karakter pribadi mulia. Salah satu sifat kerendahan hati dalam lingkungan perusahaan adalah suka menolong konsumen.²⁰

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

¹⁸Dokumentasi brosur perjalanan umroh PT. Haztour

¹⁹<http://haztour.com/> Kamis, 28 Juni 2018. Pukul 10.45 WIB.

²⁰Kasmir, *Etika Costumer Service*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2005), h. 121.

terhadap konsumen dengan berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.²¹

Berikut adalah implimentasi prinsip kerendahan hati yang ada pada PT. Haztour: *Pertama*, kerendahan hati dalam bentuk apresiasi dalam pelayanan, yaitu apresiasi berupa materil atau non-materil.

Apresiasi terhadap jamaah yang berupa materil yaitu akibat *over weight* atas berlebihnya jamaah membawa air zam-zam, sehingga perusahaan memberikan apresiasi kepada jamaah dengan memberikan tambahan biaya 5 kg. Namun apabila tetap melebihi dari 5 kg tersebut, maka jamaah akan tetap diminta untuk mengeluarkan biaya sendiri.²²

Sedangkan bentuk apresiasi yang non-materil terdapat pada saat penggunaan biaya yang disetorkan oleh jamaah haji atau umroh PT. Haztour adalah apabila terdapat potensi untuk memberikan pelayanan yang lebih baik dari apa yang diawal *akad* atau kesepakatan yang disetujui antara jamaah dengan pihak PT. Haztour, maka pihak Haztour akan selalu memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik untuk memberikan hak jamaah haji ataupun umroh yang berupa fasilitas-fasilitas pelayanan.

Kerendahan hati dalam bentuk apresiasi dapat memberikan efek positif dalam aktivitas layanan dalam suatu perusahaan. Artinya semakin sering perusahaan memberikan apresiasi terhadap konsumen, maka akan meningkat pula kepuasan konsumen (*Costumer Satisfaction*) sehingga memberikan eksistensi perusahaan sehingga tercipta *costumer loyalty*.

Kedua, Kerendahan hati PT. Haztour yang diartikan sebagai kebijakan, hal tersebut terdapat pada proses pembatalan keberangkatan jamaah yang akan dikenakan biaya administrasi sebesar:²³ a)25% pembatalan 3 bulan sebelum keberangkatan. b)50% pembatalan 1 bulan sebelum keberangkatan, dan c)75% pembatalan 2 minggu sebelum keberangkatan

M. Janni menjelaskan bahwa, apabila calon jamaah telah menyetorkan biaya umroh atau wisata halal dan biaya tersebut belum digunakan untuk pengurusan *visa*, *ticket*, dan hotel, maka biaya dapat dikembalikan 100% kepada calon jamaah tersebut. Namun apabila sebagian uang administrasi telah digunakan untuk akomodasi dan fasilitas calon jamaah, maka sisa biaya dapat dikembalikan kepada calon jamaah.²⁴

²¹Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 2 dan Pasal 3 huruf (b).

²²Alfani Erythrina Koto, *Adminand Accounting Manager* PT. Haztour , Kantor PT. Haztour , Jakarta Timur, wawancara dengan penulis, 23 Oktober 2018

²³Dokumentasi brosur perjalanan umroh PT. Haztour

²⁴M. Janni, *Processing Visa* PT. Haztour , wawancara dengan penulis, kantor PT. Haztour , Jakarta Timur, 04 Juli 2018.

Kebijakan yang berasaskan kepada manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum, sebagaimana yang telah tertera dalam undang-undang tentang perlindungan konsumen tahun 1999. Artinya, kebijakan yang meliputi apresiasi, kesiapan untuk membantu konsumen, serta kebijakan tentang pembayaran, dan pembatalan keberangkatan konsumen merupakan kebijakan-kebijakan yang sesuai dengan ketentuan hukum di Indonesia yang mengarah kepada kemaslahatan bersama perusahaan dan konsumen.

Nilai Menepati Janji

Menepati janji ialah menunaikan dengan sempurna apa-apa yang telah dijanjikan, baik berupa kontrak maupun apa saja yang telah disepakati.²⁵ Dari pengertian tersebut maka janji dibagi menjadi dua, yaitu janji dengan ucapan dan janji dengan tulisan, maka janji dengan ucapan mencakup kepada seluruh kesepakatan antara direksi atau karyawan dengan jamaah (konsumen) dari mulai penawaran paket layanan ibadah sampai dengan bimbingan ibadah. Sedangkan janji dengan tulisan yang dilihat pada PT. Haztour adalah realisasi hal-hal yang di tertulis di *website* dan brosur, yang meliputi fasilitas-fasilitas yang akan didapatkan oleh jamaah (konsumen), seperti hotel, biaya paket, akomodasi (Arab Saudi dan Indonesia), dan konsumsi.

Perusahaan mengimplementasikan nilai menepati janji pada setiap aktivitasnya, akan melahirkan kepuasan terhadap konsumen (*costumer satisfaction*) dan *costumer loyalty*. Sperti di kemukakan Kasmir, yang mengatakan: “.....apabila karyawan tidak mampu menepati janji, akan menghilangkan kepercayaan konsumen kepada perusahaan”.²⁶

Nilai Tanggung Jawab

Sikap untuk selalu bertanggung jawab dalam menjalankan bisnis sangat berpengaruh terhadap loyatitas (kesetiaan), kepercayaan, dan kepuasan konsumen, sebagaimana yang dikatakan oleh Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, bahwa *amanah* atau tanggung jawab dapat ditampilkan dalam bentuk: keterbukaan, kejujuran, dan pelayanan yang optimal kepada nasabah.²⁷

Pertama, Keterbukaan menurut pendapat diatas dapat diartikan dengan keterbukaan dalam *schedule* kegiatan, fasilitas yang didapatkan oleh konsumen, seperti hotel, transportasi, konsumsi, dan lain-lain. *Kedua*,

²⁵M. Yatimin Abdullah, *Pengantar Studi Etika*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2006),h. 109.

²⁶Kasmir, *Etika Costumer Service*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2005), h. 109.

²⁷Bukhari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 309.

kejujuran dengan adanya izin sebagai penyelenggara layanan ibadah haji maupun umroh, sehingga konsumen merasa aman karena adanya izin tertulis dari pemerintah. *Ketiga*, memberikan layanan yang optimal, hal ini adalah kewajiban setiap perusahaan penyedia layanan atau jasa, yang dalam aktivitas layanan tersebut merupakan tanggung jawab perusahaan penyedia jasa.

Sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap konsumen, PT. Haztour memiliki izin sebagai penyelenggara ibadah haji khusus No. 191 tahun 2015, mendapatkan izin haji dari Kementerian Agama RI yang berlaku hingga tahun 2018, dan sejak tahun 2000 PT. Haztour telah ditunjuk sebagai Penyelenggara Ibadah Haji Khusus (PIHK).²⁸ Dan izin usaha dari Departemen Pariwisata No.66/IUBPW/KW.PSB/04/99. Berikutnya izin Penyelenggaraan Ibadah Umrah dari Departemen Agama RI No. D/401 tahun 1999.²⁹

Ketika suatu perusahaan mengimplementasikan nilai tanggung jawab dalam aktivitas bisnisnya, maka loyalitas konsumen akan terus terjaga dengan sendirinya, bahkan konsumen dapat menjadi akses dalam mempertahankan dan memperluas citra perusahaan tersebut. Implementasi nilai tanggung jawab dapat menumbuhkan kepercayaan dan kepuasan konsumen, hal ini dapat memberikan efek terhadap strategi pemasaran perusahaan, bahkan perusahaan dapat meminimalisir dana pemasaran dengan menggunakan kepercayaan dan *statement* kepuasan konsumen untuk menyampaikan tentang produk atau jasa perusahaan tersebut kepada kerabat dan saudaranya.

Respon Jamaah terhadap implimentasi Nilai-nilai Etika Bisnis Islam PT. Haztour

Untuk menguji keabsahan informasi tentang implimentasi etika bisnis Islam pada lebih jauh tentang implimentai etika bisnis Islami lembaga penyelenggara ibadah haji dan umroh dalam hal ini PT. Haztour dapat ditelusuri melalui respon jamaah yang telah menggunakan jasa PT. Haztour dalam ibadah haji dan umroh. Adapun respon dan hasilnya adalah sebagai berikut:

Aulia, seorang ibu rumah tangga, bertempat tinggal di Taman Harapan Baru Blok A-2 No. 9, Bekasi Utara. Jamaah umroh yang berangkat dengan menggunakan paket *Gold Plus* pada periode Februari 2018, menurutnya pelayanan Haztour sangat baik dan cukup memuaskan. Lebih jauh ia mengatakan bahwa dia merasakan pengalaman spiritual yang bagus pada saat di Tanah Suci, karena pada saat berangkat kita dapat *tour leader* (TL) yang

²⁸Alfani Erythrina Koto, *Adminand Accounting Manager* PT. Haztour , The Alana Hotel and Conference Center, wawancara dengan penulis, Sentul, 08 Juli 2018.

²⁹<http://haztour.com/> Kamis, 28 Juni 2018. Pukul 10.40 WIB.

bagus bernama ibu Nely. Sehingga ia bisa melaksanakan ibadah semuanya, seperti bisa shalat di *Raudhoh*, Shalat di *hijr* Ismail, bisa mencium ka'bah, dan bisa melaksanakan umroh dua kali. Selain dari *tour leader* (TL) yang sangat bersahabat, pendampingan dari pihak travel Haztour pun sangat terasa hangat kami rasakan dan selalu siap sedia diwaktu kami butuhkan. Dan untuk ketepatan apa yang pihak travel sampaikan untuk fasilitas yang akan kami dapatkan, semua sesuai dengan yang ada di brosur. Jika ada rezeki saya ingin berangkat umroh lagi dengan paket *diamond*".³⁰

Junaidi, beralamat rumah di Madura, Jawa Timur. Adalah seorang jamaah PT. Haztour yang telah menggunakan jasa PT. Haztour untuk perjalanan umroh sebanyak dua kali pada tahun 2018. Paket layanan yang digunakan adalah paket *diamond* (9 hari) dan *silver* (14 hari). Menurutnya pelayanan PT. Haztour sangat memuaskan, baik pelayanan di Indonesia maupun di Saudi, Madinah, dan Jeddah. Kemudian pelayanan untuk fasilitas tentang hotel dan akomodasi, semuanya baik dan menurut saya sangat memuaskan. Adapun keselarasan apa yang disampaikan diawal penjelasan harga dan paket, semuanya tepat dan diberikan kepada kami, seperti fasilitas hotel, akomodasi, serta *schedule*. Namun untuk pemilihan hotel, bisa saja berubah namun tetap setaraf dengan hotel yang disepakati di waktu penjelasan paket".³¹

Menurut Endah³², pelayanan Haztour yang dirasakan cukup memuaskan, yaitu dengan pendampingan di Indonesia dan Arab Saudi, bimbingan ibadah, koordinasi lapangan dan *operationalnya* tidak membuat kecewa, serta kesiapan karyawan ketika dimintakan tentang informasi maupun bantuan. Koordinasi yang dilakukan oleh pihak Haztour cukup memuaskan, hal tersebut dirasakan pada saat di Indonesia dan Arab Saudi, sehingga ibadah haji kami lancar tanpa ada hambatan. Ketepatan atas informasi fasilitas-fasilitas yang telah disepakati di awal penjelasan perjalanan haji yang kami rasakan, seperti hotel maupun konsumsi. Semoga PT. Haztour tetap selalu mengutamakan *customer satisfaction* untuk kedepannya".

Hal yang sama diakui oleh Ricky³³, yang merasakan pelayanan PT. Haztour ketika melaksanakan ibadah haji dan umroh tahun 2018 dengan

³⁰Aulia, Jamaah Umroh PT. Haztour, Bekasi Utara, wawancara dengan penulis, 23 Oktober 2018

³¹Junaidi, Jamaah Umroh PT. Haztour, Bekasi Selatan, wawancara dengan penulis, 27 Oktober 2018

³²Endah, Jamaah Haji PT. Haztour, PT. Akanara Pratama, Jakarta Timur, wawancara dengan penulis, 26 Oktober 2018

³³Ricky, Jamaah Haji dan Umroh PT. Haztour, Bekasi Selatan, wawancara dengan penulis, 29 Oktober 2018.

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

Sedangkan mengenai tranfaransi biaya diakui oleh Endang, jamaah umroh periode 2018 bersama jamaah *Nurul Qolbi* mengatakan: “Bahwa pelayanan Haztour dari mulai keberangkatan hingga di Arab Saudi sangat bagus, artinya dengan *budget* minimum kita dapat merasakan ibadah ke Tanah Suci dan bisa ziarah ke museum Haramain. Fasilitas hotel dan makanan sudah cukup nyaman buat kami, kebetulan kami berangkat berempat dengan keluarga. Dalam segi beribadah kami merasa puas, ditambah kita bisa melaksanakan umroh tiga kali. Untuk seragam batiknya sudah bagus, namun untuk saran kedepannya mungkin dari makanan dapat disesuaikan dengan lidah Indonesia dan *souvenir* dapat diperbaharui, yaitu jilbab atau mukena agar disesuaikan dengan model baru tau *trend* saat ini, *mutbanwifnyapun* bagus-bagus semua”.³⁴ Pernyataan atau testimoni yang diperoleh dari masyarakat pengguna jasa PT. Haztour, mengindikasikan bahwa prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang diimplimentasikan terbukti benar dan diakui oleh masyarakat.

KESIMPULAN

Dari data yang berhasil dihimpun seta analisa terhadap data-data tersebut, dapat disimpulkan bahwa nilai-nilai etika bisnis Islam yang diimplimentasikan oleh PT. Haztour dalam pelayanan ibadah haji dan umroh, adapun nilai-nilai tersebut adalah sebagai berikut: *Pertama*, nilai kejujuran dalam setiap pelayanan yang diberikan kepada konsumen, mulai dari kejujuran dalam penyampaian informasi, penetapan harga paket-paket ibadah, sampai fasilitas-fasilitas yang telah ada pada *website* dan brosur paket perjalanan. *Kedua*, nilai kerendahan hati dalam melayani konsumen, PT. Haztour mengimplimentasikan nilai kerendahan hati dalam bentuk apresiasi

³⁴Endang, Jamaah Umroh PT. Haztour , Jakarta Timur, wawancara dengan penulis, 28 Oktober 2018

terhadap konsumen, baik secara materil maupun non materil. Selain itu kerendahan hati yang diaplikasikan dengan bentuk sikap membantu atau siap menolong konsumen, *southern-southern* ibadah, dan bentuk kebijakan-kebijakan untuk kepuasan jamaah. *Ketiga*, nilai menepati janji dalam pelayanan ibadah haji dan umroh. Hal tersebut meliputi janji yang diucapkan atau tertulis, artinya PT. Haztour berusaha memberikan fasilitas, hotel, biaya, akomodasi, dan konsumsi yang telah disepakati dengan konsumen. *Keempat*, nilai tanggung jawab dalam setiap pelaksanaan pelayanan kepada konsumen atau jamaah. Tanggung jawab PT. Haztour tersebut meliputi dari adanya surat izin perusahaan, memberikan layanan untuk pendaftaran, pemberian fasilitas yang sesuai, pengurusan berkas atau dokumen, dan pendampingan serta *service* untuk manasik haji.

DAFTAR PUSTAKA

- Brosur Paket Umroh PT. Helutrans Al Haadi Ziarah Tour.
Buharnuddin Salam, *Etika Sosial*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1994),
Bukhari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2009),
-----, *Ajaran Islam Dalam Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 1994),
Dokumentasi brosur perjalanan umroh PT. helutrans Al Haadi Ziarah Tour
Faisal Badroen, et al, *Etika Bisnis dalam Islam*. (Jakarta: Kencana, 2006),
Fitri Amalia, *Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi pada Pelaku Usaha Kecil*,
Al-Iqtisad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syari'ah, Vol.6 No.1 Tahun 2014
Hidayatullaili, Ratna, *Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Customer Retention Nasabah Simpanan (Studi Kasus Pada Bmt Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)*, Repositori UMY, 2016
Jaiz M Awwali, Dewi Rahmi, Noviani, *Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Usaha Travel Umroh di Kota Bandung*, Prosiding Ilmu Ekonomi, Universitas Islam Bandung, 2017
Kasmir, *Etika Costumer Service*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2005),
M. Yatimin Abdullah, *Pengantar Studi Etika*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2006),
Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 2 dan Pasal 3 huruf (b).
<http://haztour.com/> kamis, 28 juni 2018. Pukul 10.45 WIB.