

**ANALISIS MINAT KONSUMEN TERHADAP KUALITAS
PELAKSANAAN UMRAH PADA ELHANIEF TOUR &
TRAVEL DI KOTA LANGSA DAN RELEVANSINYA
DENGAN ETIKA BISNIS ISLAM**

SKRIPSI

Diajukan Oleh :

RIZALDY

**Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Langsa
Program Strata Satu (S-1)
Jurusan/Prodi : Hukum Ekonomi Syariah
Nim : 2012010108**



**FAKULTAS SYARIAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
2018 M / 1438 H**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : RIZALDY

Tempat/ Tanggal lahir : Batuphat, 28 Maret 1992

NIM : 2012010108

Fakultas : Syariah

Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah (HES) / Muamalah

Alamat : Desa Paya Bujuk Tunong, Kec. Langsa Baro, Kota Langsa

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “**Analisa Minat Konsumen Terhadap Kualitas Pelaksanaan Umrah pada Elhanif Tour & Travel di Kota Langsa dengan Etika Bisnis Islam**”. Skripsi ini adalah benar hasil usaha saya sendiri. Apabila kemudian hari ternyata terbukti hasil karya orang lain, maka akan dibatalakan dan saya siap menerima sanksi akademik sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Langsa, 31 juli 2018

Yang membuat pernyataan



(RIZALDY)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Zawiyah Cot Kala Langsa Sebagai Salah Satu
Beban Studi Program Sarjana (S-1)
Dalam Ilmu Syariah

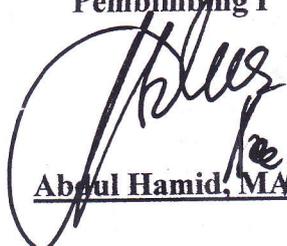
Diajukan Oleh :

RIZALDY

Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Langsa
Fakultas / Syariah
Jurusan/Prodi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
NIM : 2012010108

Disetujui Oleh :

Pembimbing I


Abdul Hamid, MA

12/04/2018

Pembimbing II


Ridwan, S.Pd.I, MA

11/4/2018

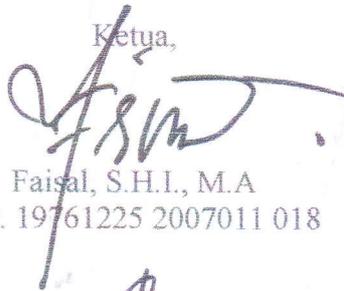
Telah dinilai oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri Langsa
Dinyatakan Lulus dan Diterima Sebagai Tugas Akhir
Penyelesaian Program Sarjana (S-1)
Dalam Hukum Ekonomi Syari'ah

Pada Hari / Tanggal

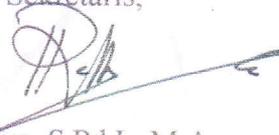
Selasa, 31 Juli 2018

PANITIA SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

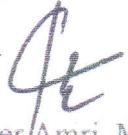
Ketua,


Faisal, S.H.I., M.A.
NIP. 19761225 2007011 018

Sekretaris,


Ridwan, S.Pd.I., M.A.
NIP. 19720225 200710 1 002

Anggota,


H. Yaser Amri, M.A.
NIP. 19760823 200901 1 007


Jaidatul Fikri, M.Si.
NIDN. 0124018001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Syari'ah
Institut Agama Islam Negeri Langsa


Dr. Zulfikar, M.A.
NIP. 19728909 199905 1 001



KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'amin. Puji syukur penulis persembahkan ke hadirat Allah SWT karena hanya berkat rahmat, kasih sayang dan karuniaNya penulis berhasil menyelesaikan skripsi dan menyelesaikan studi pada Fakultas Syariah IAIN Langsa. Sehingga hal ini merupakan pengaruh yang baik bagi penulis menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Analisis Minat Konsumen Terhadap Kualitas Pelaksanaan Umrah pada Elhanief Group di Kota Langsa dan Relevansinya dengan Etika Bisnis Islam”**. Sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Fakultas Syariah IAIN Langsa.

Salawat berangkaikan salam tak lupa kita persembahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW beserta Sahabat Beliau yang membawa seluruh umat kepada cahaya ilmu pengetahuan seperti yang dirasakan saat ini. Dalam kesempatan yang baik ini, penulis dengan ketulusan hati ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah dengan ikhlas memberikan bantuan, bimbingan, petunjuk dan saran yang berarti dalam proses penelitian dan penyusunan skripsi ini, khususnya kepada :

1. Bapak Abdul Hamid, MA selaku pembimbing I yang telah menerima dan menyetujui skripsi ini.
2. Bapak Ridwan, S.Pd.I, MA selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing dalam penulisan skripsi ini.

3. Bapak Akmal Hanief beserta keluarga dan karyawan yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian pada Perusahaan Elhanief Tour & Travel di Kota Langsa.
4. Bapak/Ibu Dosen pada Fakultas Syariah IAIN Langsa yang telah membekali dengan berbagai disiplin ilmu.
5. Seluruh Staf Syariah IAIN Langsa yang turut membantu selama kuliah.
6. Kepada abangda saya Rizal Ihsan, Lc, MA., abangda Zulfadli, M.Hum., dan sahabat seperjuangan Muhardi Siddik,(c) SH, yang telah memberikan masukan serta saran-saran kepada penulis dalam proses penulisan skripsi ini.
7. Kepada Ayahanda Alm. Ramli dan Ibunda tersayang Radhiah yang senantiasa menjadi penyemangat hidup serta memberikan dorongan dan kasih sayang yang tiada henti baik secara moril maupun secara materi kepada penulis selama menuntut ilmu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat diharapkan dari semua pihak sangat diharapkan untuk penelitian lanjutan di masa mendatang. Akhir kata, semoga skripsi ini bisa memberikan manfaat bagi penulis sendiri khusus nya dan bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Langsa, 12 Maret 2017

Penulis,

Rizaldy

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR DIAGRAM	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAK	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Pembatasan Masalah.....	5
D. Penjelasan Istilah	5
E. Rumusan Masalah	9
F. Tujuan Penelitian	9
G. Kegunaan Penelitian	10
H. Kajian Terdahulu	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	13
A. Minat Konsumen	13
B. Umrah	15
C. Etika Bisnis Islam	26

D. Prinsip – Prinsip Etika Bisnis Islam	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	35
A. Pendekatan Penelitian.....	35
B. Jenis Penelitian	36
C. Objek Penelitian	37
D. Populasi dan Sample	37
E. Sumber Data Penelitian.....	38
F. Teknik Pengumpulan Data	39
G. Analisis Data.....	39
H. Pedoman Penulisan	42
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	43
A. Profil Perusahaan	43
B. Identifikasi Responden	44
C. Analisis Kuesioner	44
D. Pembahasan	53
BAB V PENUTUP	58
A. Kesimpulan	58
B. Saran	58
DAFTAR PUSTAKA.....	60
DAFTAR RIWAYAT	
LAMPIRAN	

Daftar Tabel

Tabel	Keterangan	Halaman
1.	Tabulasi Responden	44
2.	Q1	44
3.	Q2	45
4.	Q3	45
5.	Q4	45
6.	Q5	46
7.	Q6	46
8.	Q7	46
9.	Q8	51
10.	Q9	52
11.	Q10	52
12.	Q11	52
13.	Q12	48
14.	Q13	48
15.	Q14	48
16.	Q15	49
17.	Q16	54
18.	Q17	50
19.	SWOT	51

Daftar Gambar

Tabel	Keterangan	Halaman
1.	Stuktur Organisasi Perusahaan Elhanief Tour & Travel	43

Daftar Digram

Diagram	Keterangan	Halaman
1.	Promosi	54
2.	Harga	55
3.	Fasilitas	56
4.	<i>Role Model</i>	57

Daftar Lampiran

Lampiran	Keterangan	Halaman
I	Kuesioner	
II	Skor Kuesioner	
III	Dokumentasi Kegiatan	
IV	Daftar Riwayat Hidup	

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen terhadap Elhanief Group di Kota Langsa dalam bidang pelaksanaan ibadah umrah dan untuk mengetahui analisis minat masyarakat Kota Langsa terhadap kualitas pelaksanaan umrah pada Elhanief Group di Kota Langsa dan relevansinya dengan etika bisnis Islam. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode studi kuantitatif. Dengan rumusan masalah 1. Apa faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen terhadap Elhanief Group di Kota Langsa dalam bidang pelaksanaan ibadah umrah?. 2. Bagaimana analisis minat konsumen terhadap kualitas pelaksanaan umrah Elhanief Group di Kota Langsa dan relevansinya dengan etika bisnis Islam?. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Analisis SWOT dan Analisis Persentase. Dari penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa Faktor yang mempengaruhi minat konsumen terhadap Elhanief Tour & Travel di Kota Langsa dalam bidang pelaksanaan ibadah umrah yaitu faktor internal yang terdiri dari promosi, harga, kantor perwakilan, fasilitas, dan jadwal keberangkatan, dan faktor eksternal yang terdiri dari tujuan tour traveling, paket harga, persaingan antar travel, dan peraturan pemerintah. Minat konsumen terhadap kualitas pelaksanaan umrah Elhanief Tour & Travel di Kota Langsa dan relevansinya dengan etika bisnis Islam sebanyak 73.29%, artinya minat konsumen terhadap kualitas pelaksanaan umrah pada Elhanief Tour & Travel di Kota Langsa dan relevansinya dengan etika bisnis Islam baik atau meningkat.

Bedasarkan hasil responden maka dapat kita ketahui bahwa minat konsumen dalam melaksanakan ibadah umrah pada perusahaan Elhanief Tour & Travel bedasarkan promosi yang dilakukan oleh perusahaan, bedasarkan harga yang ditawarkan, dan bedasarkan fasilitas yang diberikan oleh perusahaan Elhanief Tour & Travel. Sehingga faktor tersebutlah yang menjadi daya tarik para calon jamaah ibadah umrah pada perusahaan Elhanief Tour & Travel di Kota Langsa.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisa mengunjungi Baitullah di Saudi Arabia adalah impian dan cita-cita setiap umat manusia yang beragama Islam. Mekkah dan Madinah merupakan kota destinasi terunik dan terindah yang memiliki banyak keutamaan keberkahan di sisi Allah swt. Maka tidak heran jika jutaan umat Islam di seluruh dunia saling berbondong-bondong, bahkan berlomba-lomba ke Baitullah dengan tujuan beribadah serta mendekatkan diri kepada Allah Sang Maha Pencipta.

Hal ini dilakukan oleh umat Islam sebagai bentuk kepatuhan dan ketaatan mereka terhadap Allah swt., dalam mengaplikasikan perintahNya di dalam kehidupan, seperti tercantum dalam QS. Al-Baqarah [2]: 196, yang berbunyi:

وَأَتِمُّوا الْحَجَّ وَالْعُمْرَةَ لِلَّهِ فَإِنْ أُحْصِرْتُمْ فَمَا اسْتَيْسَرَ مِنَ الْهَدْيِ وَلَا تَخْلِفُوا رُؤُوسَكُمْ حَتَّىٰ يَبْلُغَ الْهَدْيُ مَحَلَّهُ فَمَنْ كَانَ مِنْكُمْ مَّرِيضًا أَوْ بِهِ أَذًى مِّن رَّأْسِهِ فَفِدْيَةٌ مِّن صِيَامٍ أَوْ صَدَقَةٍ أَوْ نُسُكٍ فَإِذَا أَمِنْتُمْ فَمَنْ تَمَنَّعَ بِالْعُمْرَةِ إِلَى الْحَجِّ فَمَا اسْتَيْسَرَ مِنَ الْهَدْيِ فَمَنْ لَّمْ يَجِدْ فَصِيَامٌ ثَلَاثَةَ أَيَّامٍ فِي الْحَجِّ وَسَبْعَةً إِذَا رَجَعْتُمْ تِلْكَ عَشْرَةٌ كَامِلَةٌ ذَلِكَ لِمَنْ لَّمْ يَكُنْ أَهْلَهُ حَاضِرِي الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ (١٩٦)

Artinya:

Dan sempurnakanlah ibadah haji dan `umrah karena Allah. Jika kamu terkepung (terhalang oleh musuh atau karena sakit), maka (sembelihlah) korban yang mudah didapat, dan jangan kamu mencukur kepalamu, sebelum korban sampai di tempat penyembelihannya. Jika ada di antaramu yang sakit atau ada gangguan di kepalanya (lalu ia bercukur), maka wajiblah atasnya berfidyah, yaitu: berpuasa atau bersedekah atau berkorban. Apabila kamu telah (merasa) aman, maka bagi siapa yang ingin mengerjakan `umrah sebelum haji (didalam bulan haji), (wajiblah ia menyembelih) korban yang mudah didapat. Tetapi jika ia tidak menemukan (binatang korban atau tidak mampu), maka wajib berpuasa tiga hari dalam masa haji dan tujuh hari (lagi) apabila kamu telah pulang kembali. Itulah sepuluh (hari) yang sempurna. Demikian itu (kewajiban membayar fidyah)

bagi orang-orang yang keluarganya tidak berada (di sekitar) Masjidil-haram (orang-orang yang bukan penduduk kota Mekah). Dan bertakwalah kepada Allah dan ketahuilah bahwa Allah sangat keras siksaan-Nya. (QS. Al-Baqarah : 196)¹

Umrah sering disebut sebagai haji kecil. Perbedaan umrah dengan haji hanyalah pada waktu dan tempat. Umrah bisa dilaksanakan setiap hari, setiap bulan, bahkan setiap tahun dan proses pelaksanaannya hanya di Mekkah, sedangkan haji hanya dapat dilaksanakan pada bulan tertentu saja seperti bulan Dzulhijjah serta dilaksanakan sampai ke luar kota Mekkah.

Ibadah haji dan umrah sudah direalisasikan mulai dari zaman nabi Ibrahim as., hingga kini masih terus dilaksanakan oleh umat Islam dari seluruh penjuru dunia, termasuk masyarakat muslim di provinsi Aceh secara umum, dan Kota Langsa secara khusus, dengan jumlah jemaah yang terus meningkat, bahkan minat dan antusias dari masyarakat untuk melaksanakan ibadah umrah dari tahun ke tahun terus melonjak dan melambung tinggi.

Kegiatan ibadah haji dan umrah mempunyai dua sisi yang harus diperhatikan dalam pelaksanaannya yaitu, standar pelaksanaannya saat masih di tanah air banyak aspek penting yang harus diperhatikan pembinaannya seperti dalam pelayanan jasa (pembayaran setoran ONH ke bank, pengurusan dokumen haji dan umrah, pemeriksaan kesehatan calon jemaah), bimbingan manasik, (materi bimbingan, metode dan waktu bimbingan), penyediaan perlengkapan, dan konsultasi keagamaan. Sedangkan standar pelayanan ibadah haji dan umrah di tanah suci adalah pelayanan akomodasi, transportasi, konsumsi, serta kesehatan.²

¹Al-Baqarah : 196

² Abdul Aziz dan Kustini, *Ibadah Haji Dalam Sorotan Publik*, (Jakarta: Puslitbang Kehidupan Keagamaan, 2007), h. 22

Peran Biro Perjalanan Umroh dan Haji Khusus menjadi sangat penting bagi pelaksana ibadah haji khusus maupun ibadah umroh, mengingat nilai ibadah yang sangat tinggi, dan pelaksanaannya yang berada diluar Indonesia. Tuntutan akan kenyamanan dalam melaksanakan ibadah haji maupun umroh diserahkan seluruhnya kepada Biro Perjalanan Umroh dan Haji Khusus. Terkait dengan mahalnya biaya ibadah haji maupun umroh, tentunya pengguna jasa Biro Perjalanan Umroh dan Haji Khusus akan sangat kecewa apabila layanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan mereka sehingga mengurangi kenyamanan mereka dalam beribadah. Konsumen tentunya mengharapkan pelayanan yang memuaskan dan sesuai dengan nilai uang yang mereka keluarkan.

Mengurus perjalanan haji dan umrah merupakan bisnis yang sangat menjanjikan untuk dikelola saat ini, sebab semakin banyaknya minat orang-orang yang ingin berangkat ke sana. Hal ini tentu menimbulkan persaingan yang sangat ketat di antara satu biro dengan biro perjalanan lainnya.

Travel Elhanief merupakan salah satu penyedia layanan umrah bagi masyarakat Aceh khususnya Kota Langsa. Travel ini ikut bersaing dalam mencari minat konsumen di tengah banyaknya saingan antara travel-travel umrah lainnya. Travel Elhanief Group menyediakan beberapa paket umrah yang semua biayanya bisa dibayar cicilan antara lain ialah pertama, paket umrah reguler yang biayanya antara 26 juta sampai dengan 38 juta, waktu keberangkatannya dinilai lebih cepat. Kedua ialah paket umrah khusus yang harganya berkisar antara 13, 5 juta sampai dengan 15 juta rupiah, namun waktu keberangkatannya harus menunggu jadwal yang telah ditentukan oleh pihak el-Hanif.

Dalam pelaksanaan kegiatan bisnisnya, Elhanief Tour & Travel memberikan pelayanan terbaik yang mampu memenuhi kebutuhan para jamaah (konsumen), khususnya yang ingin melaksanakan ibadah Umrah ke tanah suci. Hal ini dilakukan untuk membangun minat para konsumen terhadap pelaksanaan ibadah umrah.

Penulis tertarik untuk melakukan analisis terhadap strategi Elhanief Tour & Travel dalam menarik minat konsumen di Kota Langsa yang sebagian besar pergi melaksanakan ibadah umrah menggunakan jasa travel Elhanief Tour & Travel. Di tengah ketatnya persaingan bisnis layanan umrah, Elhanief Tour & Travel sudah memberangkatkan 520 orang jamaah umrah dalam kurun waktu dua tahun. Minat masyarakat pun bertambah dari tahun 2016 berjumlah 170 orang ke tahun 2017 berjumlah 350 orang.

Namun apakah kualitas pelaksanaan umrah pada Elhanief Tour & Travel sudah relevan dengan etika bisnis Islam. Kemudian langkah-langkah (strategi) apa saja yang diterapkan oleh Elhanief Tour & Travel, sehingga mampu menarik minat konsumen (masyarakat muslim di Kota Langsa) untuk melaksanakan ibadah umrah bersama mereka, apakah sistem yang diaplikasikan oleh pihak el-Hanif Group itu sudah sesuai dengan konsep etika bisnis Islam.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian karya ilmiah dalam bentuk skripsi dengan judul, "Analisis Minat Konsumen Terhadap Kualitas Pelaksanaan Umrah pada Elhanief Tour & Travel di Kota Langsa dan Relevansinya dengan Etika Bisnis Islam".

B. Identifikasi Masalah

Apa motivasi dasar masyarakat kota Langsa sehingga mereka lebih tertarik dan berminat untuk pergi melaksanakan ibadah umrah dengan menggunakan jasa travel Elhanief Tour & Travel dari pada menggunakan jasa-jasa travel lainnya, mengingat keberadaan jasa travel Elhanief Tour & Travel di Kota Langsa masih sangat baru yaitu masih dua tahun, namun dalam jangka waktu yang relatif sangat singkat tersebut sudah mampu memberangkatkan jamaah umrah sekitar 520 orang lebih.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka terdapat berbagai macam dan luasnya bidang penelitian. Oleh karena itu, penulis mengemukakan pembatasan masalah agar pembahasan dalam penelitian ini mempunyai arah yang jelas dan pasti, yaitu sebagai berikut:

1. Lokasi yang menjadi sumber penelitian.
2. Menganalisis minat masyarakat Kota Langsa terhadap pelaksanaan ibadah umrah dengan menggunakan jasa Elhanief Tour & Travel dan relevansinya dengan etika bisnis Islam.

D. Penjelasan Istilah

Penjelasan istilah dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memudahkan proses kerja penelitian serta tidak menimbulkan kesalah-pahaman, sekaligus menyelaraskan persepsi terhadap tema yang dibahas di atas, yaitu:

1. Minat Konsumen

Menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia* yang dimaksud dengan minat adalah kecenderungan (menaruh hati), perhatian, kesukaan, dan keinginan yang tinggi terhadap sesuatu.³ Jadi, minat yang penulis maksudkan di sini ialah segala keinginan, kecenderungan dan kesukaan dari pihak konsumen terhadap pelaksanaan umrah yang difasilitasi oleh travel Elhanief Tour & Travel.

Adapun istilah konsumen berasal dari kata *consumer* (Inggris-Amerika), atau *consument/konsument* (Belanda).⁴ Definisi tersebut secara harfiah bisa diartikan sebagai orang atau perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa atau sejumlah barang tertentu.⁵ Shidarta mendefinisikan konsumen dengan orang/barang atau jasa yang digunakan untuk keperluan pribadi atau keluarganya.⁶

Kata konsumen merupakan istilah dari ahli ekonomi yang disematkan kepada orang-orang yang memakai barang ataupun jasa untuk memenuhi kebutuhan dan tujuan hidup mereka.⁷ Jadi, yang penulis maksudkan dengan konsumen dalam penelitian ini adalah masyarakat muslim di Kota Langsa yang memiliki keinginan dan kecenderungan terhadap pelaksanaan kegiatan umrah yang diadakan oleh travel Elhanief Tour & Travel.

³. Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), h. 957.

⁴. Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), h. 22.

⁵. Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran)* (Bandung: Nusa Media, 2008), h. 7.

⁶. Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia edisi Revisi 2006* (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2006), h. 3.

⁷. Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), h. 750.

Berdasarkan paparan yang telah penulis jelaskan di atas. Maka dapat disimpulkan bahwa minat konsumen ialah keinginan dan kecenderungan dari masyarakat muslim Kota Langsa, sehingga mereka berminat dan tertarik untuk melaksanakan ibadah umrah dengan menggunakan jasa travel Elhanief Tour & Travel.

2. Etika Bisnis Islam

Istilah etika berasal dari kata Yunani yaitu *ethos* yang artinya kebiasaan atau karakter. Dalam pengertian ini, etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun pada suatu masyarakat yang diwariskan dari satu orang ke orang yang lain atau dari satu generasi ke generasi yang lain. bahkan secara terminologis, etika merupakan tentang konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah dan lain sebagainya. Faisal Badroen mendefinisikan sebagai moralitas seseorang dalam berperilaku.⁸

Di Indonesia studi tentang masalah etis yang berkaitan dengan ekonomi dan bisnis sudah akrab didengar dengan istilah etika bisnis atau dikenal dalam bahasa Inggris dengan *Business Ethics*.⁹ Etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma di mana para pelaku bisnis harus komit pada norma dan prinsip tersebut dalam bertransaksi, berperilaku dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat.¹⁰

Sedangkan titik sentral etika Islam adalah menentukan kebebasan manusia untuk bertindak dan bertanggung jawab karena kepercayaan terhadap Tuhan

⁸ Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), h. 4.

⁹ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Malang: Penerbit UIN-Malang Press, 2007), h. 9.

¹⁰ Faisal Badroen, *Op.cit.*, h. 70.

yang Maha Kuasa. Hanya saja kebebasan manusia itu tidaklah mutlak, dalam arti kebebasan yang terbatas. Dengan keterbatasan tersebut manusia mampu memilih antara yang baik dan jahat, benar dan salah, halal dan haram.¹¹

Demi kemaslahatan semua kalangan, Islam mengajarkan manusia agar tetap menjunjung tinggi nilai-nilai etika dalam segala aktifitas kehidupan. Etika bisnis Islam bertujuan mengajarkan manusia untuk menjalin kerja sama, saling tolong menolong dan menjauhkan diri dari sikap dengki dan dendam serta hal-hal yang tidak sesuai dengan syariah.¹²

Etika bisnis dalam Islam berfungsi sebagai pengatur terhadap aktifitas ekonomi agar terhindar dari kecurangan, kebohongan serta terwujudnya keadilan dan kejujuran, sehingga setiap orang yang menjalankan aktifitas bisnis dan ekonomi tidak boleh merugikan orang lain demi kepentingan diri sendiri sebab hal demikian adalah jalan menuju kehancuran untuk dirinya sendiri.

Oleh sebab itu, jika etika dikaitkan dengan masalah bisnis, maka dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam ialah norma-norma dan nilai etika yang berlandaskan kepada Alquran dan Hadis yang harus dijadikan pedoman oleh setiap manusia dalam menjalankan aktifitas bisnis dan ekonomi agar terwujud kemaslahatan dan keuntungan bersama serta terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan dan tidak sesuai dengan prinsip syariah.

¹¹ Sayed Nawab Haider Naqvi, *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*, terj. M. Saiful Anam dan Muhammad Ufuqul Mubin (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), h. 35.

¹² Yusuf al-Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam* (Jakarta: Gema Insani Press, 1993), h. 31.

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan di atas, maka ada beberapa masalah yang penulis rumuskan untuk diteliti lebih mendalam, antara lain ialah:

1. Apa faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen terhadap Elhanief Tour & Travel di Kota Langsa dalam bidang pelaksanaan ibadah umrah?
2. Bagaimana minat konsumen terhadap kualitas pelaksanaan umrah Elhanief Tour & Travel di Kota Langsa dan relevansinya dengan etika bisnis Islam?

F. Tujuan Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa menjawab semua permasalahan yang telah dikemukakan pada rumusan masalah di atas. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini bisa disimpulkan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen terhadap Elhanief Tour & Travel di Kota Langsa dalam bidang pelaksanaan ibadah umrah.
2. Untuk mengetahui analisis minat masyarakat Kota Langsa terhadap kualitas pelaksanaan umrah pada Elhanief Tour & Travel di Kota Langsa dan relevansinya dengan etika bisnis Islam.

Rincian dari tujuan penelitian di atas diharapkan bisa menghantarkan kepada sebuah pengetahuan yang lebih mendalam tentang analisis minat konsumen terhadap kualitas pelaksanaan umrah pada Elhanief Tour & Travel di Kota Langsa dan relevansinya dengan etika bisnis Islam.

G. Kegunaan Penelitian

Secara garis besar kegunaan penelitian ini dapat dirincikan melalui poin-poin di bawah ini sebagai berikut, yaitu:

1. Sumbangan pemikiran untuk menambah khazanah ilmu pengetahuan, sekaligus memperluas wawasan penulis secara pribadi dan pembaca pada umumnya, mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen terhadap Elhanief Tour & Travel di Kota Langsa dalam bidang pelaksanaan ibadah umrah.
2. Memberikan gambaran deskriptif dan menjelaskan analisis minat konsumen terhadap kualitas pelaksanaan umrah pada Elhanief Tour & Travel di Kota Langsa dan relevansinya dengan etika bisnis Islam.
3. Memberikan wawasan dan pengetahuan baru tentang strategi apa saja yang digunakan oleh Elhanief Tour & Travel dalam meningkatkan kualitas pelayanan untuk menarik minat konsumen dan menambah jumlah pelanggan.
4. Terakhir, semoga hasil penelitian ini bisa menjadi acuan bagi peneliti berikutnya dan dapat digunakan sebagai referensi penelitian untuk masa yang akan datang.

H. Kajian Terdahulu

Kajian yang membahas secara detail atau sedikit menyinggung dengan topik pembahasan di atas, secara spesifik sejauh yang penulis ketahui dari berbagai sumber dan sudah berulang kali dicek di pustaka baik buku maupun

lainnya, dapat penulis simpulkan bahwa penelitian khusus seperti pembahasan di atas belum pernah dilakukan, apa lagi penelitian yang menjelaskan atau menguraikan tentang analisis minat konsumen terhadap kualitas pelaksanaan umrah Elanief Tour & Travel di Kota Langsa dan relevansinya dengan etika bisnis Islam.

Namun di sisi lain, penulis pernah menemukan sejumlah penelitian (skripsi) yang berkaitan etika bisnis Islam, seperti yang ditulis oleh Muhammad Taufiq Irsyadi, Mahasiswa Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Program Studi Muamalat (syariah), dengan judul: *Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktek Pembulatan Pembayaran Sewa Warnet (Studi Kasus Di Kecamatan Klaten Utara)*. Skripsi tersebut secara umum memaparkan tentang bagaimana praktek pembulatan biaya sewa internet yang ada di Kecamatan Klaten Utara menurut pandangan etika bisnis Islam. Isinya secara keseluruhan hanya membahas tentang sisi boleh atau tidaknya praktek pembulatan biaya sewa warnet, karena kesimpulan yang dihasilkan ada sebagian jasa sewa warnet yang membulatkan ada yang tidak. Pembahasannya tidak sedikitpun menyinggung tentang analisis minat konsumen, bahkan tidak menjelaskan tentang konsumen yang melakukan umrah dengan menggunakan jasa travel el-Hanif Group.

Ada juga Skripsi lain yang ditulis oleh Hafiz Juliansyah, mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Fakultas Syariah dan Hukum, jurusan Perbankan Syariah, yang berjudul: *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Ciputat*. Skripsi tersebut

hanya membahas tentang pengaruh signifikansi konsep tauhid, konsep keseimbangan, konsep kehendak bebas, konsep tanggung jawab dan ihsan terhadap penerapan etika bisnis Islam pedagang pasar di Pasar Ciputat. Jadi secara keseluruhan, Isi skripsi tersebut tidak sedikitpun membahas tentang minat konsumen, apa lagi tentang kualitas pelaksanaan umrah yang digagas oleh travel el-Hanif Group yang direlevansikan dengan etika bisnis Islam.

Selain itu, ada juga (jurnal) *Journal of Business Strategy and Execution*, Vol. 1, no. 1, terbit pada bulan November 2008, yang ditulis oleh Mohammad Savier Azmy dan Asnan Furinto, Dosen BINUS UNIVERSITY di Jakarta, yang berjudul "*Analisa Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi Konsumen Dalam Pemilihan Biro Perjalanan Umroh dan Haji Plus*". Jurnal ini membahas tentang ekuitas merek, penawaran kualitas, keuntungan keyakinan dan perlakuan khusus dan faktor-faktor lainnya yang berpengaruh terhadap persepsi kenyamanan konsumen. Jadi secara keseluruhan, isi jurnal tersebut tidak membahas secara detail tentang minat konsumen serta faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen terhadap pelaksanaan umrah dengan menggunakan jasa travel Elhanief Tour & Travel, dan isi jurnal tersebut tidak ada menyebutkan relevansinya dengan pandangan etika bisnis Islam.

Dari uraian beberapa karya ilmiah di atas jurnal, terdapat perbedaan dengan penelitian ini terutama yang berfokus pada minat konsumen serta relevansinya terhadap etika bisnis islam, dan objek penelitiannya juga berbeda yaitu travel Elhanief Tour & Travel dan konsumen masyarakat Kota Langsa yang memiliki karakteristik daerah yang berbeda.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Minat Konsumen

Minat merupakan salah satu aspek psikologis yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap perilaku dan minat juga merupakan sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang dalam melakukan apa yang mereka lakukan.

Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Menurut Kinneer dan Taylor minat membeli adalah merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan.¹³

Minat memiliki sifat dan karakter khusus sebagai berikut:

- a. Minat bersifat pribadi (individual), ada perbedaan antara minat seseorang dan orang lain.
- b. Minat menimbulkan efek diskriminatif.
- c. Erat hubungannya dengan motivasi, mempengaruhi dan dipengaruhi motivasi.
- d. Minat merupakan sesuatu yang dipelajari, bukan bawaan lahir dan dapat berubah tergantung pada kebutuhan, pengalaman, dan mode.¹⁴

Di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia disebutkan bahwa yang dimaksud dengan minat ialah kecenderungan (menaruh hati), perhatian, kesukaan, dan keinginan yang tinggi terhadap sesuatu.¹⁵ Jadi, minat yang penulis maksudkan

¹³ Umar Husein, *Manajemen Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT. Gramedia Pusaka), 45.

¹⁴ *Ibid.*

¹⁵ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), h. 957.

di sini ialah segala keinginan, kecenderungan dan kesukaan dari pihak konsumen terhadap pelaksanaan umrah yang difasilitasi oleh travel Elhanief Tour & Travel.

Adapun istilah konsumen berasal dari kata *consumer* (Inggris-Amerika), atau *consument/konsument* (Belanda).¹⁶ Definisi tersebut secara harfiah bisa diartikan sebagai orang atau perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa atau sejumlah barang tertentu.¹⁷ Shidarta mendefinisikan konsumen dengan orang/barang atau jasa yang digunakan untuk keperluan pribadi atau keluarganya.¹⁸

Kata konsumen merupakan istilah dari ahli ekonomi yang disematkan kepada orang-orang yang memakai barang ataupun jasa untuk memenuhi kebutuhan dan tujuan hidup mereka.¹⁹ Jadi, yang penulis maksudkan dengan konsumen dalam penelitian ini adalah masyarakat muslim di Kota Langsa yang memiliki keinginan dan kecenderungan terhadap pelaksanaan kegiatan umrah yang diadakan oleh travel Elhanief Tour & Travel.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa minat konsumen adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk.²⁰ Atau dengan kata lain minat konsumen ialah keinginan dan kecenderungan dari

¹⁶ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), h. 22.

¹⁷ Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran)* (Bandung: Nusa Media, 2008), h. 7.

¹⁸ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia edisi Revisi 2006* (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2006), h. 3.

¹⁹ *Ibid.* h. 750.

²⁰ *Ibid.*

masyarakat muslim Kota Langsa, sehingga mereka berminat dan tertarik untuk melaksanakan ibadah umrah dengan menggunakan jasa travel Elhanief Tour & Travel.

B. Umrah

Istilah umrah memang sekilas sangat mirip dengan ibadah haji, namun tetap saja umrah bukan ibadah haji. Kalau dirinci lebih jauh, umrah adalah haji kecil, dimana sebagian ritual haji dikerjakan di dalam ibadah umrah. Sehingga boleh dikatakan bahwa ibadah umrah adalah ibadah haji yang dikurangi.

Secara makna bahasa, kata 'umrah (عُمْرَة) berarti *az-ziyarah* (الزِّيَارَة) yaitu atau mendatangi suatu tempat atau seseorang. Sedangkan secara istilah, kata umrah di dalam ilmu fiqh didefinisikan oleh jumbuh ulama sebagai: *Tawaf di sekeliling Baitullah dan sa'i antara Shafa dan Marwah dengan berihram. Mendatangi Ka'bah untuk melaksanakan ritual ibadah yaitu melakukan thawaf dan sa'i.*²¹

1. Perbedaan Haji dan Umrah

Haji menurut pengertian kamus Bahasa Indonesia adalah rukun islam yang kelima kewajiban ibadah yang harus dilakukan oleh orang Islam yang mampu dengan mengunjungi ka'bah di Masjidil Haram pada bulan haji dan mengamalkan amalan-amalan haji seperti ihram, tawaf, sai, dan wukuf.

Haji menurut bahasa, ialah kata haji bermakna *al-qashdu*, yang artinya menyengaja, atau menyengaja melakukan sesuatu yang agung. Dikatakan *hajja ilaina fulan* (الينا فلان حج) artinya fulan mendatangi kita. Dan makna *rajulun mahjuj*

²¹ Abd Haris, *Pengantar Etika Islam* (Sidoarjo: Al-Afkar, 2007), h. 3.

orang yang dimaksud. Menuju kesuatu tempat berulang kali atau menuju kepada sesuatu yang dibebaskan.

Sedangkan secara istilah syariah, haji berarti: *Mendatangi Ka'bah untuk mengadakan ibadah tertentu*. Ada juga yang mendefinisikan sebagai: *Berziarah ke tempat tertentu, pada waktu tertentu dan amalan-amalan tertentu dengan niat ibadah*. Berarti beribadah kepada Allah dengan melaksanakan manasik haji, yaitu perbuatan tertentu yang dilakukan pada waktu dan tempat tertentu dengan cara yang tertentu pula.

Haji dalam pengertian istilah para ulama, ialah menuju ke ka'bah untuk melakukan perbuatan-perbuatan tertentu, atau dengan perkataan lain bahwa haji adalah mengunjungi suatu tempat tertentu pada waktu tertentu dengan melakukan suatu pekerjaan tertentu. Yang dimaksud dengan "mengunjungi" itu ialah mendatangi, yang dimaksud dengan tempat tertentu itu ialah Ka'bah dan Arafah. Yang dimaksud dengan "waktu tertentu" itu ialah bulan-bulan haji, yaitu bulan Syawal, Zulqaidah, dan Zulhijjah dan 10 pertama bulan Zulhijjah. Yang dimaksud dengan "perbuatan tertentu" itu ialah *berihram*, *wukuf* di Arafah, *mabit* di *Muzdaliffah*, *mabit* di Mina, melontar jamrah, mencukur, *tawaf*, dan *sai*.

Dari definisi di atas dapat diuraikan bahwa ibadah haji tidak terlepas dari hal-hal berikut ini :

- 1) Ziarah, yang dimaksud dengan ziarah adalah mengadakan perjalanan (safar) dengan menempuh jarak yang biasanya cukup jauh hingga meninggalkan negeri atau kampung halaman, kecuali buat penduduk Mekkah.

- 2) Tempat tertentu, yang dimaksud dengan tempat tertentu antara lain adalah Ka'bah di Baitullah Kota Makkah Al-Mukarramah, Padang Arafah, Muzdalifah dan Mina.
- 3) Waktu tertentu, yang dimaksud dengan waktu tertentu adalah bahwa ibadah haji hanya dikerjakan pada bulan-bulan haji, yaitu bulan Syawal, Dzulqa'dah, Dzulhijjah dan sepuluh hari pertama bulan Dzulhijjah.
- 4) Amalan Tertentu, yang dimaksud dengan amalan tertentu adalah rukun haji, wajib haji dan sunnah seperti thawaf, wuquf, sai, mabit di Mina dan Muzdalifah dan amalan lainnya.
- 5) Dengan Niat Ibadah, semua itu tidak bernilai haji kalau pelakunya tidak meniatkannya sebagai ibadah kepada Allah SWT.

Sedangkan ibadah umrah memang sekilas sangat mirip dengan ibadah haji, namun tetap saja umrah bukan ibadah haji. Kalau dirinci lebih jauh, umrah adalah haji kecil, dimana sebagian ritual haji dikerjakan di dalam ibadah umrah. Sehingga boleh dikatakan bahwa ibadah umrah adalah ibadah haji yang dikurangi.

Dalam kajian hal ini ada empat perbedaan utama antara ibadah haji dan ibadah umrah. Dan untuk lebih detail tentang perbedaan haji dan umrah, bisa kita rinci menjadi :

- 1) Haji Terikat Waktu Tertentu, ibadah haji tidak bisa dikerjakan di sembarang waktu. Dalam setahun, ibadah haji hanya dikerjakan sekali saja, dan yang menjadi intinya, ibadah haji itu hanya dikerjakan pada tanggal 9 Dzulhijjah, yaitu saat wuquf di Arafah, karena ibadah haji pada hakikatnya adalah wuquf di Arafah. Maka seseorang tidak mungkin mengerjakan ibadah haj ini berkali-

kali dalam setahun, haji hanya bisa dilakukan sekali saja. Rangkaian ibadah haji itu bisa sudah dimulai sejak bulan Syawwal, Dzulqad'ah dan Dzulhijjah. Sebaliknya, ibadah umrah bisa dikerjakan kapan saja tanpa ada ketentuan waktu. Bisa dikerjakan 7 hari dalam seminggu, 30 hari dalam sebulan dan 365 hari dalam setahun. Bahkan dalam sehari bisa saja umrah dilakukan berkali-kali, mengingat rangkaian ibadah umrah itu sangat sederhana, yaitu niat dari miqat, thawaf di sekeliling ka'bah, sa'i tujuh kali dan tahallul. Secara teknis bila bukan sedang ramai, bisa diselesaikan hanya dalam 1-2 jam saja.

- 2) Haji Harus ke Arafah Muzdalifah Mina, haji bukan hanya dikerjakan di Ka'bah saja, tetapi juga melibatkan tempat-tempat manasik lainnya, di luar kota Makkah. Dalam ibadah haji, selain kita wajib bertawaf di Ka'bah dan Sa'i di Safa dan Marwah yang posisinya terletak masih di dalam masjid Al-Haram, kita juga wajib mendatangi tempat lain di luar kota Makkah, yaitu Arafah, Muzdalifah dan Mina. Secara fisik, ketiga tempat itu bukan di Kota Makkah, melainkan berada di luar kota, berjarak antara 5 sampai 25 Km. Pada hari-hari di luar musim haji, ketiga tempat itu bukan tempat yang layak untuk dihuni atau ditempati manusia, sebab bentuknya hanya padang pasir bebatuan. Padahal di ketiga tempat itu kita harus menginap (mabit), berarti kita makan, minum, tidur, buang hajat, mandi, shalat, berdoa, berdzikir dan semua aktifitas yang perlu kita kerjakan, semuanya kita lakukan di tengah-tengah padang pasir. Untuk itu kita harus bisa berada di dalam tenda-tenda sementara, dengan keadaan yang cukup sederhana. Mengambil miqat sudah terjadi pada saat awal pertama kali kita memasuki kota Makkah. Misalnya

kita berangkat dari Madinah, maka miqat kita di Bi'ru Ali. Begitu lewat dari Bi'ru Ali, maka kita sudah mengambil miqat secara otomatis. Lalu kita bergerak menuju Ka'bah yang terdapat di tengahnya Masjidil Haram, di pusat Kota Mekkah, untuk memutarinya sebanyak 7 kali putaran. Sedangkan ibadah umrah hanya melibatkan Ka'bah dan tempat Sa'i, yang secara teknis semua terletak di dalam Masjidil Haram. Jadi umrah hanya terbatas pada masjid Al-Haram di kota Mekkah saja. Karena intinya dari Umrah hanya mengambil miqat, thawaf dan Sa'i. Semuanya hanya terbatas di dalam Masjidil Haram saja.²²

2. Syarat yang harus terpenuhi ketika melaksanakan Umrah

Adapun syarat-syarat yang harus terpenuhi ketika melaksanakan ibadah umrah sebagai berikut:

- 1) Islam, apabila dilaksanakan bukan umat islam maka tidak sah.
- 2) Baligh (dewasa)
- 3) Berakal
- 4) Merdeka
- 5) Mampu

Dalam melaksanakan ibadah umrah para jamaah harus mengerjakan amalan umrah. Adapun rangkaian amalan ibadah umrah ada 4 yaitu:

- 1) Berihram (berniat untuk umrah) di Miqat
- 2) Melakukan tawaf sebanyak 7 kali putaran
- 3) Melakukan sa'i antar safa dan marwah

²²Ahmad Sahwat, *Seri Fiqih Kehidupan Haji dan Umrah* (Jakarta selatan, Setia Budi, 2011), h.24-26

4) Mencukur atau memotong rambut

Mengenai umrah nabi Muhammad SAW melakukan umrah sebanyak empat kali, semuanya dilakukan pada bulan dzulqo'dah kecuali umrah yang dilaksanakannya bersama dengan hajinya.

3. Landasan Hukum Tentang Ibadah Umrah dan Keutamaannya

Satu hal yang membedakan antara umrah dan haji adalah hukumnya. Umat Islam telah sampai kepada ijma' bahwa ritual ibadah haji hukumnya wajib, fardhu a'in bagi setiap muslim yang mukallaf dan mampu. Bahkan ibadah haji merupakan salah satu dari rukun Islam. Dimana orang yang mengingkari kewajiban atas salah satu rukun Islam, dan haji termasuk di antaranya, bisa dianggap telah keluar dari agama Islam.

Tidak seorang pun ulama yang mengatakan ibadah haji hukumnya sunnah, semua sepakat mengatakan hukumnya wajib atau fardhu 'ain. Berbeda dengan ibadah umrah. Para ulama tidak sepakat atas hukumnya. Sebagian bilang hukumnya sunnah, dan sebagian lainnya mengatakan hukum wajib. Ibadah umrah menurut mazhab Hanafi dan Maliki hukumnya sunnah bukan wajib. Sedangkan pendapat mazhab Asy-Syafi'i dan Hanbali mengatakan bahwa umrah hukumnya wajib minimal sekali seumur hidup.²³ Namun sesungguhnya secara teknis, semua orang yang menunaikan ibadah haji, secara otomatis sudah pasti melakukan ibadah umrah. Karena pada dasarnya ibadah haji adalah ibadah umrah plus dengan tambahan ritual lainnya.

Adapun macam-macam umrah ada 2 yaitu:

²³Yaksan Hamzah dkk, *Etika Bisnis Islam* (Makassar: Kretakupa Print Makassar, 2014), Bada'i'ush-shanai' jilid 2 h. 226

a.) Umrah wajib

Setiap ibadah yang disyariatkan jelas mempunyai hikmah-hikmah tertentu. Beberapa manfaat melaksanakan ibadah umrah yaitu: Ibadah umrah yang dilakukan dengan niat ikhlas, dan memenuhi ketentuannya, Allah menghapuskan dosa orang yang menunaikannya. Selain dari pada itu dengan melaksanakan ibadah haji dapat memperteguh dan memperbaharui keimanan.

Meningkatkan rasa syukur yang sedalam-dalamnya atas segala karunia Allah SWT. Ada banyak nash yang menyebutkan berbagai keutamaan ibadah Haji dan Umrah, diantaranya :

a.) Menjauhkan Kefakiran dan Menghapus Dosa

عَنْ جَابِرِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: «تَابِعُوا بَيْنَ الْحُجِّ وَالْعُمْرَةِ، فَإِنَّهُمَا يَنْفِيَانِ الْفَقْرَ وَالذُّنُوبَ كَمَا يَنْفِي الْكَبِيرُ خَبَثَ الْحَدِيدِ»

Artinya: Nabi SAW bersabda, "Kerjakanlah haji dengan umrah berturut-turut, karena mengerjakan keduanya seperti itu akan melenyapkan kefakiran dan dosa-dosa sebagaimana api tukang pandai besi menghilangkan karat besi." (HR Ibnu Majah dari Umar ra.)²⁴

Salah satu hikmah yang bisa diraih oleh mereka yang melaksanakan ibadah haji adalah ternyata ibadah haji itu bisa melenyapkan kefakiran. Hadits ini bisa dipahami dengan dua cara.

Cara pertama, memang orang yang pergi haji itu pasti tidak fakir, sebab orang yang fakir tidak mungkin pergi haji dan umrah. Kalau pun ada orang fakir yang bisa pergi haji atau umrah, bagaimana pun cara mendapatkan hartanya, yang pasti ketika dia bisa berangkat haji atau umrah, maka saat itu dia bukan orang yang fakir.

²⁴Al-Imam Muhammad, *Shahih Al Bukhari*. h. 97

Cara kedua, terkadang di antara hikmah bagi orang yang pergi haji dan umrah itu bisa mendapat motivasi untuk bekerja lebih giat. Sebab belum pernah ada orang yang ketika pulang dari menunaikan ibadah haji selalu saja para jemaah haji punya keinginan untuk kembali lagi. Dan keinginan itu memberi motivasi untuk bekerja giat mencari rejeki lebih banyak.²⁵

Selain kefakiran, ibadah haji juga menjadi penebus dosa bagi pelakunya. Tidak ada ibadah yang lebih berharga dari yang menjanjikan dihapuskannya dosa-dosa. Dan tidak ada seorang pun yang luput dari dosa di dunia ini. Jangankan manusia biasa, para nabi dan rasul di dalam Al-Quran pun diceritakan kisah-kisah mereka dengan kesalahan dan dosa yang pernah mereka lakukan. Pengampunan dosa adalah peristiwa yang paling eksentrik dan dramatik. Bagaimana tidak, seseorang telah melakukan dosa, entah dengan meninggalkan kewajiban atau melanggar larangan dari Allah SWt, lalu kesalahan yang melahirkan dosa itu diampuni Allah, seolah tidak pernah terjadi. Tentu dosa-dosa yang dimaksud disini sebatas dosa-dosa kecil saja. Sedangkan dosa besar, tentu tidak hilang begitu saja dengan pergi haji ke tanah suci. Dosa-dosa besar itu membutuhkan taubat dalam arti sesungguhnya, bukan hanya dengan beristighfar atau mengerjakan ritual ibadah tertentu.

b) Sebanding dengan jihad di jalan Allah

Jihad fisabilillah adalah salah satu ibadah yang amat istimewa dan berpahala besar. Namun memang wajar apabila seorang berjihad mendapatkan karunia dan balasan yang amat besar, mengingat berjihad itu sangat berat. Selain

²⁵Yaksan Hamzah, *Op.cit.* h. 35

harus meninggalkan kampung halaman, jauh dari anak dan istri, untuk berjihad juga dibutuhkan kekuatan, kemampuan, keterampilan serta yang lebih penting adalah jihad membutuhkan harta yang cukup banyak.

Sehingga banyak shahabat Rasulullah SAW yang menangis bercucuran air mata saat dinyatakan tidak layak untuk ikut dalam jihad. Di antara mereka yang amat kecewa tidak bisa ikut berjihad lantaran memang tidak punya syarat yang cukup adalah para wanita.

Maka Allah SWT memberikan salah satu keringanan berupa ibadah haji, yang nilainya setara dengan berjihad di sisi Allah. Hal itu bisa dipastikan dari apa yang diriwayatkan oleh Aisyah *ummul-mukminin radhiyallahuanha* :

وَعَنْ عَائِشَةَ أُمِّ الْمُؤْمِنِينَ - رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا - أَنَّهَا قَالَتْ: يَا رَسُولَ اللَّهِ، نَرَى الْجِهَادَ أَفْضَلَ الْعَمَلِ، أَفَلَا نَجَاهِدُ؟ قَالَ: "لَا، لَكِنَّ أَفْضَلَ الْجِهَادِ حِجَّ مَبْرُورٍ."

Artinya: *Dari Aisyah ra berkata, "Wahai Rasulullah, kami melihat jihad merupakan amalan yang paling utama, apakah kami (kaumwanita) tiada boleh berjihad"? Rasulullah SAW menjawab, "Tidak, melainkan jihad yang paling utama dan terbaik adalah haji, yaitu haji yang mabrur." (HR Bukhari.)²⁶*

c) Haji mabrur balasannya adalah surga

الحج المبرور ليس له جزاء إلا الجنة

Artinya: *Haji yang mabrur tidak ada balasan baginya kecuali surga." (HR Bukhari dan Muslim).*

Hadits ini amat masyhur dan memang shahih karena diriwayatkan oleh Bukhari dan Muslim. Hadits ini juga tegas memastikan bahwa ibadah haji yang dikerjakan dengan benar (mabrur) akan mendapat balasan berupa surga.

²⁶Ibid. h. 103

Sesungguhnya cukup satu hadits ini saja sudah bisa memberi motivasi kuat bagi setiap muslim untuk menunaikan ibadah haji ke baitullah.

d) Menghapus dosa Seperti baru dilahirkan

Bayi yang baru lahir tentu tidak pernah punya dosa. Kalau pun bayi itu dipanggil Allah SWT, pasti masuk surga. Siapa yang tidak ingin menjadi seperti bayi kembali, hidup di dunia tanpa menanggung dosa. Sehingga kalau pun Allah SWT memanggil, sudah pasti tidak akan ada pertanyaan ini dan itu dari malaikat, karena toh memang tidak punya dosa.

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ - رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ - قَالَ: سَمِعْتُ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ: " مَنْ حَجَّ لِلَّهِ، فَلَمْ يَرْفُثْ وَلَمْ يَفْسُقْ، رَجَعَ كَيَوْمِ وَلَدَتْهُ أُمُّهُ. "

Artinya: Juga Rasulullah bersabda, "Barangsiapa yang pergi haji ke rumah ini (Baitullah) dengan tidak mengucapkan kata-kata kotor dan tidak berbuat kefasikan, maka ia pulang seperti saat ia dilahirkan oleh ibunya (tidak berdosa)." (HR Bukhari dan Muslim)²⁷

e) Haji merupakan amal terbaik setelah iman dan jihad.

Dalam hadits lain disebutkan bahwa Nabi SAW pernah ditanya tentang amal apa yang paling baik setelah iman dan jihad. Dan beliau SAW menjawab pasti bahwa ibadah itu adalah melaksanakan ibadah haji ke baitullah.

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ - رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ - قَالَ: سَأَلَ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، أَيُّ الْأَعْمَالِ أَفْضَلُ؟، قَالَ: "إِيمَانٌ بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ"، قِيلَ: "ثُمَّ مَاذَا؟"، قَالَ: "جِهَادٌ فِي سَبِيلِ اللَّهِ"، قِيلَ: "ثُمَّ مَاذَا؟"، قَالَ: "حَجٌّ مَبْرُورٌ".

Artinya: "Amalan apakah yang paling utama?" Nabi menjawab, "Iman kepada Allah dan Rasul-Nya." Ditanya pula, "Lalu apa?" Beliau menjawab, "Jihad di jalan Allah." Beliau ditanya lagi, "Kemudian apa?" Jawab beliau, "Haji mabrur." (HR Bukhari dan Muslim).²⁸

²⁷Ibid. h. 44

²⁸Ibid. h. 97

f) Jamaah haji dan umrah adalah tamu Allah

Inilah salah satu kehormatan yang hanya Allah berikan kepada para jamaah haji dan umrah, yaitu mendapat gelar sebagai tamu-tamu Allah. Maka para jamaah haji dan umrah adalah orang-orang yang punya fasilitas khusus untuk bisa meminta kepada tuan rumah, yaitu Allah SWT. Dan kalau sang tamu datang meminta diampuni, jelas sekali sudah merupakan kewajiban Allah untuk meluluskan hajat sang tamu, yaitu mengampuni semua dosa-dosa yang telah lalu. Dan tuan rumah akan berbahagia manakala tamu bisa pulang dengan puas, lantaran semua hajatnya telah dikabulkan oleh tuan rumah.

g.) Allah Membanggakan di Depan Malaikat

Dari Aisyah radhiyallahuanha bahwa Rasulullah SAW bersabda, "Tidak ada hari dimana Allah membebaskan hambanya dari api neraka kecuali hari Arafa. Dan sesungguhnya Allah condong kepada jamaah haji dan membanggakan mereka di depan para malaikat. (HR. Muslim).²⁹

Satu lagi keutamaan orang yang melakukan ibadah haji yang juga teramat istimewa, yaitu para jamaah haji itu dibanggakan oleh Allah Swt. di depan para malaikatnya. Padahal para malaikat itu adalah makhluk-makhluk Allah yang paling tinggi derajatnya. Kalau sampai Allah membanggakan para jamaah haji di depan para makhluk yang tinggi derajatnya, berarti derajat para jamaah haji itu pun juga sangat tinggi, sebab sudah bisa dijadikan kebanggaan.

²⁹*Ibid.* h. 81

قالت عائشة أن رسول الله صلى الله عليه وسلم قال ما من يوم أكثر من أن يعتق الله
فيه عبدا من النار
من يوم عرفة وإنه ليدنو ثم يباهي بهم الملائكة

Artinya: Tentunya dijadikan orang yang dibanggakan di depan malaikat itu selain anugerah juga merupakan tanggungjawab sekaligus.

C. Etika Bisnis Islam

Etika sering disamakan dengan pengertian *akhlak* dan moral, ada pula ulama yang mengatakan bahwa *akhlak* merupakan etika Islam. Disini akan dipaparkan perbedaan dari ketiga istilah tersebut.

Secara etimologis kata etika berasal dari bahasa Yunani yaitu *ethos* dan *ethikos*, *ethos* yang berarti sifat, watak, adat, kebiasaan, tempat yang baik. *Ethikos* berarti susila, keadaban, atau kelakuan dan perbuatan yang baik. Kata “etika” dibedakan dengan kata “etik” dan “etiket”. Kata etik berarti kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak atau nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat. Adapun kata etiket berarti tata cara atau adat, sopan santun dan lain sebagainya dalam masyarakat beradaban dalam memelihara hubungan baik sesama manusia.¹ Sedangkan secara terminologis etika berarti pengetahuan yang membahas baik-buruk atau benar-tidaknya tingkah laku dan tindakan manusia serta sekaligus menyoroti kewajiban-kewajiban manusia.

Kata “Bisnis” dalam Bahasa Indonesia diserap dari kata “*Business*” dari bahasa Inggris yang berarti kesibukan. Kesibukan secara khusus berhubungan dengan orientasi profit/ keuntungan. Menurut Buchari Alma, pengertian bisnis

ditujukan pada sebuah kegiatan berorientasi profit yang memproduksi barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Bisnis juga dapat diartikan sebagai suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Secara etimologi, bisnis berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Kata "Bisnis" sendiri memiliki tiga penggunaan, tergantung skopnya- penggunaan singular kata bisnis dapat merujuk pada badan usaha, yaitu kesatuan yuridis (hukum), teknis, dan ekonomis yang bertujuan mencari laba atau keuntungan.³⁰ Bisnis dalam arti luas adalah istilah umum yang menggambarkan semua aktivitas dan institusi yang memproduksi barang/ jasa dalam kehidupan sehari-hari.

Skinner mendefinisikan bisnis sebagai pertukaran barang atau jasa yang saling menguntungkan atau memberi manfaat.³¹ Bisnis adalah sebuah aktivitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan atau pengolahan barang (produksi). Sedangkan menurut arti dasarnya, bisnis memiliki makna sebagai *the buying and selling of goods and service*.

Menurut J.S. Nimpoena, pengertian bisnis dapat dibedakan dalam pengertian yang sempit dan pengertian yang luas. Jika kita berorientasi pada pengertian sempit maka bisnis tidak lain dari fiksi. Sedangkan dalam arti yang luas, bisnis merupakan usaha yang terkait erat dengan dunia ekonomi dan juga

³⁰ Sedarmayanti, *Manajemen Strategi*, Refika Aditama, Bandung, 2014, h. 24-25

³¹ Madnasir, *Pengantar Bisnis dan Manajemen*, Fakultas Syari'ah IAIN Raden Intan Bandar Lampung, 2007, h. 92

politik. Hal ini disebabkan dunia ekonomi dan dunia politik pada dasarnya merupakan suatu hubungan yang saling tergantung, dan yang turut mencerminkan efektivitas suatu masyarakat dalam gerak usahanya.³²

Bisnis juga dapat diartikan sebagai seluruh kegiatan yang diorganisasikan oleh orang-orang yang berkecimpung di dalam bidang perniagaan dan industri yang menyediakan barang dan jasa untuk mempertahankan dan memperbaiki standar serta kualitas hidup masyarakat.³³

Dari pemaparan di atas diperoleh beberapa titik temu bahwa antara akhlak, etika dan moral memiliki kesamaan dan perbedaan. Kesamaannya adalah dalam menentukan hukum/nilai perbuatan manusia dilihat dari baik dan buruk, sementara perbedaannya terletak pada tolak ukurnya. Akhlak menilai dari ukuran ajaran al-Qur'an dan Al-Hadits, etika berkaca pada akal fikiran dan moral dengan ukuran adat kebiasaan yang umum di masyarakat. Maka dapat disimpulkan dari pemaparan di atas bahwa akhlak yang dimaksud adalah "pengetahuan menyangkut perilaku lahir dan batin manusia".

Islam adalah agama yang sangat sempurna yang mengatur segala aspek kehidupan, seperti halnya berdagang juga diatur bagaimana cara berdagang yang baik sesuai dengan tuntunan Islam. Seseorang yang berdagang bertujuan mencari keuntungan yang sebesar-besarnya. Akan tetapi, dalam pandangan ekonomi Islam, bukan sekedar mencari keuntungan melainkan keberkahan. Keberkahan

³² *Ibid.*

³³ Sutarno, *Serba-serbi Manajemen Bisnis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), h. 1

usaha adalah kemantapan dari usaha tersebut dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan diridhai oleh Allah SWT.³⁴

Dalam konsep Al-Qur'an tentang bisnis juga sangat komprehensif, parameter yang dipakai tidak menyangkut dunia saja, namun juga menyangkut urusan akhirat. Al-Qur'an memandang kehidupan manusia sebagai sebuah proses yang berkelanjutan. Manusia harus bekerja bukan hanya untuk meraih sukses di dunia namun juga kesuksesan di akhirat.³⁵

D. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

Prinsip-prinsip etika bisnis yang ideal pernah dilakukan oleh Nabi dan para sahabatnya. Realitas ini menjadi bukti bagi banyak orang, bahwa tata bisnis yang berkeadilan, sebenarnya pernah terjadi di madinah. Nilai, spirit dan ajaran yang dibawa Nabi berguna untuk membangun tata bisnis dunia yang berkeadilan. Terdapat empat aksioma etika bisnis, yaitu:

1. Prinsip Kesatuan/Tauhid/Keesaan

Tauhid merupakan wacana teologis yang mendasari segala aktivitas manusia, termasuk kegiatan bisnis. Tauhid menyadarkan manusia sebagai makhluk ilahiyah, sosok makhluk yang bertuhan. Dengan demikian, kegiatan bisnis manusia tidak terlepas dari pengawasan tuhan, dan dalam rangka melaksanakan titah tuhan.

³⁴ Madnasir, *Pengantar Bisnis*, h. 23-24

³⁵ Ahmad Mustag, *The Future of Economics: An Islamic Perspektif*, (Jakarta: Asy Syaamil Press & Grafika, 2001), h. 35

Konsep keesaan/ketauhidan menggabungkan ke dalam sifat homogen semua aspek yang berbeda-beda dalam kehidupan seorang muslim.³⁶ Penerapan konsep keesaan dalam Etika Bisnis, yaitu:

- 1) Tidak akan berbuat diskriminatif terhadap pekerja, pemasok, pembeli atau siapapun pemegang saham perusahaan atas ras, warna kulit, jenis kelamin, ataupun agama.
- 2) Tidak dapat dipaksa untuk tidak berbuat etis, karena dia hanya takut kepada Allah.
- 3) Tidak akan menimbun kekayaan dengan keserakahan, karena dia sadar harta didunia bersifat sementara, dan tidak mencari kekayaan dengan cara apapun.

2. Prinsip Keadilan/ Keseimbangan

Ajaran Islam berorientasi pada terciptanya karakter manusia yang memiliki sikap dan perilaku yang seimbang dan adil dalam konteks hubungan antara manusia dengan diri sendiri, dengan orang lain (masyarakat) dan dengan lingkungan. Keadilan atau keseimbangan berarti, bahwa perilaku bisnis harus adil atau seimbang. Keseimbangan berarti tidak berlebihan (ekstrim) dalam mengejar keuntungan ekonomi.

Penerapan konsep keseimbangan dalam etika bisnis, dimana prinsip keseimbangan atau kesetaraan berlaku baik secara harfiah maupun kias dalam dunia bisnis. Selain itu penerapan keseimbangan dalam etika bisnis yang lain adalah transaksi dalam bisnis harus seimbang, yaitu transaksi yang setara dan adil. Mengekang sikap serakah untuk memiliki barang-barang.

³⁶Madnasir, *Pengantar Bisnis*, h. 56

3. Prinsip Kebenaran

Kebenaran selain mengandung makna kebenaran lawan kesalahan, mengandung juga unsur kebajikan dan kejujuran. Nilai kebenaran adalah merupakan nilai yang dianjurkan dalam ajaran Islam. Kebajikan adalah sikap ihsan, yang merupakan tindakan yang memberikan keuntungan bagi orang lain. Sedangkan kejujuran dipandang sebagai suatu nilai yang paling unggul dan harus dimiliki oleh seluruh masyarakat karena menjadi corak nilai manusia yang berakhlak. Al-Qur'an menekankan adanya kebenaran suatu profesi (pebisnis) yang dilandasi oleh kebaikan dan kejujuran. Dijelaskan dalam Al-Qur'an:

بَلِّغُوا خَيْرًا وَأَفْعَلُوا رَبِّكُمْ وَأَعْبُدُوا وَأَسْجُدُوا أَرْكَعُوا أَمَّنُوا الَّذِينَ يَتَأْتِيهَا

تُفْلِحُوا ﴿٧٧﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, ruku'lah kamu, sujudlah kamu, sembahlah Tuhanmu dan perbuatlah kebajikan, supaya kamu mendapat kemenangan" (QS. Al-Hajj: 77).

Dalam menjalankan profesinya nabi tidak pernah sekalipun melakukan kebohongan atau berpihak kepada salah satu yang berperkara, namun sebaliknya menganjurkan agar melakukan profesi dengan kebenaran dan kejujuran.

4. Prinsip Kehendak Bebas/Kebebasan

Kebebasan berarti bahwa manusia sebagai individu dan kolektif punya kebebasan penuh untuk melakukan aktivitas bisnis. Dalam ekonomi, manusia bebas mengimplementasikan kaedah-kaedah Islam. Karena masalah ekonomi, termasuk kepada aspek mu'amalah, bukan ibadah, maka berlaku padanya kedah umum, "semua boleh kecuali yang dilarang". Yang tidak boleh dalam Islam adalah ketidakadilan dan riba. Dalam hali ini kebebasan manusia sesungguhnya

tidak mutlak, tetapi merupakan kebebasan yang bertanggung jawab dan berkeadilan.

Dari uraian diatas prinsip kebebasan dalam etika bisnis Islam mutlak untuk dikembangkan dan dijamin pelaksanaannya sehingga akan terjaminnya keutuhan dalam masyarakat yang pluaristik, dan harus sesuai dengan prinsip Islam yaitu melaksanakan yang benar dan menghapus atau menghindari yang salah.

5. Prinsip Tanggung Jawab

Pertanggungjawaban berarti, bahwa manusia sebagai pelaku bisnis, mempunyai tanggung jawab moral kepada Tuhan atas perilaku bisnis. Harta sebagai komoditi bisnis dalam Islam, adalah amanah Tuhan yang harus dipertanggungjawabkan dihadapan Tuhan. Untuk memenuhi keadilan, kebenaran, dan kehendak bebas maka perlu adanya pertanggungjawaban dalam tindakannya. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya.

Tanggung jawab merupakan suatu prinsip dinamis yang berhubungan dengan perilaku manusia. Bahkan merupakan kekuatan dinamis individu untuk mempertahankan kualitas keseimbangan dalam masyarakat. Karena manusia yang hidup sebagai makhluk sosial, tidak bisa bebas, dan semua tindakannya harus dipertanggungjawabkan. Dalam Islam ada pokok-pokok ajaran tentang etika pergaulan antara manusia, dan dalam hubungan antara manusia dengan lingkungan hidupnya. Mengabaikan ajaran-ajaran moral tersebut akan berakibat tidak hanya penderitaan batin dan siksaan (akhirat) secara individual, tetapi secara

kolektif (generasi) mereka juga akan menerima hukuman, sekarang di dunia ini juga.³⁷

Selanjutnya, di dalam bisnis islam memiliki Prinsip-prinsip moral sebagai etika (sikap) yang mencerminkan akhlak dari seorang dalam bisnis Islam adalah sebagai berikut :

- 1) Larangan memperdagangkan barang-barang haram. Norma ini melarang mengedarkan barang-barang haram, baik dengan cara membeli, menjual, memindahkan, atau cara apa saja untuk memudahkan peredarannya.
- 2) Bersikap benar, jujur, amanah, dan tidak curang. Dasar moral sangat diperlukan agar seorang muslim melakukan perdagangan secara jujur dan benar sesuai dengan tuntunan agama. Kejujuran dan berkata benar adalah hal-hal yang harus dikembangkan dan dipraktekkan oleh para pedagang muslim. Kejujuran dan kebenaran sangat penting bagi seorang pedagang muslim karna adanya kebutuhan untuk mendapatkan keuntungan dan godaan untuk memperbesar kemampuan produk atau jasa mereka selama puncak penjualan.
- 3) Sikap Adil dan Haramnya Bunga (Riba).
- 4) Menerapkan kasih sayang dan larangan terhadap monopoli. Islam mewajibkan menyayangi sesama manusia dan seorang pedagang dalam berusaha tujuan utamanya janganlah hanya terfokus pada keuntungan yang sebesarbesarnya.

³⁷*Ibid*, h.8

- 5) Berpegang pada prinsip bahwa perdagangan adalah bekal menuju akhirat. Salah satu nilai dasar yang harus di perhatikan oleh pedagang adalah selalu ingat kepada akhirat, karna pada dasarnya kehidupan dunia adalah jembatan menuju akhirat.
- 6) Jangan menyembunyikan cacat barang.
- 7) Longgar dan pemurah hati.

Demikian halnya prinsip-prinsip akhlak yang diajarkan Islam untuk diterapkan dalam dunia perdagangan yang memungkinkan keberkahan usaha. Keberkahan dalam usaha berarti memperoleh keuntungan dunia dan akhirat. Di dunia memperoleh untung, karena orang yang menegakkan sendi-sendi moral akan mempunyai relasi yang baik dan menyenangkan. Sedangkan di akhirat memperoleh pula keuntungan yang merupakan balasan dari Allah SWT terhadap orang yang mengikuti perintah-Nya.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam mengadakan penelitian, pastilah diperlukan adanya metode tertentu, baik dalam pengumpulan data maupun dalam pengolahannya. Metode bisa diartikan sebagai suatu cara atau teknis yang dilakukan dalam proses penelitian atau cara bertindak dalam upaya agar kegiatan penelitian dapat terlaksana secara rasional, terarah dan mencapai hasil optimal.³⁸

Metode penelitian adalah suatu cara atau teknis yang dilakukan untuk memperoleh fakta-fakta dan prinsip-prinsip dengan sabar, hati-hati dan sistematis untuk mewujudkan kebenaran. Uraian mengenai metodologi penelitian meliputi: pendekatan dan jenis penelitian, objek penelitian, populasi dan sampel, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, serta metode analisis data, yang akan dipaparkan sebagai berikut:

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif yang merupakan pendekatan ilmiah terhadap pengambilan keputusan manajerial dan ekonomi. Pendekatan ini berangkat dari data yang diproses menjadi informasi dan membuktikan teori, sehingga dapat menjadi bahan yang berharga bagi pengambilan keputusan. Pendekatan ini berangkat dari data yang diproses menjadi informasi yang berharga bagi pengambilan keputusan. Pemrosesan data mentah

³⁸. Anton Beker, *Metode-Metode Filsafat* (Jakarta: Graha Indonesia, 1986), h. 10.

menjadi informasi yang bermanfaat inilah yang merupakan jantung dari analisis kuantitatif.³⁹

Dimana pada penelitian ini peneliti memilih sejumlah responden yaitu konsumen Elhanief Tour & Travel sebagai sampel dan memberikan mereka kuesioner serta melakukan analisis data dengan prosedur statistik.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan dilakukan dalam penelitian ini ialah jenis penelitian lapangan (*field research*),⁴⁰ dan kajian pustaka (*libraryresearch*), yaitu menggali dan menelusuri data-data atau informasi-informasi yang diperlukan terkait pembahasan atau topik di atas untuk memperkuat analisa dan mengumpulkan konsep-konsep teoritis sebagai data pendukung, baik dengan melakukan observasi ataupun *interview* langsung kemasyarakat Kota Langsa dan pengurus pada Elhanief Group atau mencari tahu dari bahan-bahan tertulis lainnya seperti buku-buku, jurnal, ataupun karya ilmiah lainnya yang memuat informasi tambahan mengenai objek kajian atau informasi pendukung lainnya.

Metode dalam penelitian ini deskriptif. Metode deskriptif adalah suatu penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan suatu peristiwa pada masa sekarang. Sesuai dengan masalah yang diteliti, maka penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif, yang bertujuan

³⁹ Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2001), h. 1.

⁴⁰ Penelitian lapangan (*field research*) ialah penelitian yang dilakukan secara langsung kelokasi penelitian dengan tujuan untuk mendapatkan data-data dan informasi yang sesuai dengan keperluan topik pembahasan yang akan dibahas.

untuk mencari solusi atau pemecahan masalah yang sedang berlaku pada masa sekarang, dengan cara menuturkan dan menafsirkan data yang ada.

C. Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah studi kasus terhadap konsumen (masyarakat Kota Langsa) yang menggunakan jasa travel Elhanief Tour & Travel di Kota Langsa, baik yang sudah pernah berangkat sekali, kemudian kembali melakukan umrah untuk kedua kalinya, maupun yang akan berangkat melaksanakan ibadah umrah melalui travel tersebut.

D. Populasi dan Sampel

Elhanief Tour & Travel merupakan salah satu travel yang menyediakan jasa biro perjalanan yang mengakomodir masyarakat Kota Langsa untuk melaksanakan ibadah haji dan umrah ke Baitullah. Adapun jumlah jamaah umrah yang sudah pernah berangkat sekali dengan menggunakan jasa travel Elhanief Tour & Travel ialah sebanyak 520 orang, sedangkan yang akan berangkat 320 orang. Adapun jumlah sampel yang akan dilakukan proses pembagian angket dari masyarakat Kota Langsa atau jamaah yang sudah berangkat adalah 20 jamaah, sedangkan dari jamaah yang akan berangkat berjumlah 30 orang.

E. Sumber Data Penelitian

Menurut Suharsimi, sumber data dalam sebuah penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh.⁴¹ Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah:

a. Data Primer

Data Primer (rujukan utama) pada penelitian ini ialah hasil observasi dan wawancara serta sejumlah informasi dari/dengan beberapa masyarakat Kota Langsa yang sudah berangkat atau yang akan berangkat melaksanakan umrah ke Tanah Suci dengan menggunakan jasa travel Elhanief Tour & Travel di Kota Langsa.

b. Data Sekunder

Data sekunder dapat dikumpulkan dengan cara membaca, mengkaji dan mempelajari berbagai dokumen serta bahan-bahan yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Sebagai bahan penunjang yang dapat mempermudah penelitian ini, perlu adanya data sekunder berupa tulisan maupun informasi-informasi yang sesuai dengan topik penelitian. Kiranya sumber-sumber tersebut bisa mendatangkan data-data valid dan akurat yang dapat mendukung dan membantu keabsahan penelitian ini, hal ini bisa didapatkan dengan merujuk keberbagai buku-buku yang berkaitan dengan masalah minat konsumen dan pembahasan umrah, baik klasik maupun kontemporer, ataupun dalam bentuk jurnal ilmiah, makalah, ensiklopedi, website, maupun tulisan dan majalah yang memuat informasi tambahan serta berkaitan dengan topik penelitian yang akan di bahas. Seperti buku *Garis-Garis Besar Fiqh* karya Amir

⁴¹Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006), h. 129.

Syarifuddin. *Fiqh Ibadah* karya Abdul Aziz Muhammad Azzam. Buku *Fiqh Islam WaAdillatuhu* karya Wahbahaz-Zuhaili. Kitab *Mughni al-Muhtaj* karya Ma'rifah Ma'ani Alfadz al-Minhaj karya Syeikh Syamsuddin Muhammad bin Ahmad al-Khatib as-Syarbaini, *Ringkasan Kitab al-Um* karya Imam Syafii', Kitab *Fiqh as-Sunnah* karya Sayyid Sabiq, buku *Etika Bisnis Islam* karangan Yaksan Hamzah dkk dan buku-buku lainnya.

F. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan melaksanakan observasi dan memberikan angket kepada jamaah yang sudah berangkat dan yang akan berangkat. Pertama dilaksanakan observasi terhadap Elhanief Tour & Travel di Kota Langsa untuk melihat strategi yang digunakan untuk menarik minat konsumen dan memperoleh data jamaah yang akan dijadikan responden. Kemudian dilaksanakan pembagian angket kepada para responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini untuk memperoleh data yang dibutuhkan.

G. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dimulai dengan mengumpulkan data melalui metode *interview*, observasi, dan dokumentasi yang ada di lapangan. Untuk menjawab faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen terhadap Elhanief Tour & Travel di Kota Langsa dalam bidang pelaksanaan ibadah umrah akan dianalisa lebih mendalam dengan menggunakan analisis SWOT untuk

mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis.

Analisis SWOT dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah berbagai hal yang mempengaruhi keempat faktornya, kemudian menerapkannya dalam gambar matrik SWOT, di mana aplikasinya adalah bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu mengambil keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada, bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mencegah keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada, selanjutnya bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu menghadapi ancaman (*threats*) yang ada, dan terakhir adalah bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mampu membuat ancaman (*threats*) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru.

Data yang diperoleh kemudian dianalisis, diseleksi dan disusun untuk menarik kesimpulan. Semua data-data yang disusun atau semua hasil kesimpulan tersebut, selanjutnya dianalisa, diolah dan dikombinasikan (dikuatkan) dengan teori kajian dari beberapa buku yang terdapat di pustaka, jurnal, makalah, dan kajian-kajian ilmiah lainnya.

Untuk menganalisis minat konsumen terhadap kualitas pelaksanaan umrah pada Elhanief Group di Kota Langsa dan relevansinya dengan etika bisnis Islam, Berdasarkan permasalahan dan hipotesis yang telah dirumuskan, peneliti membagikan angket pada anggota sampel yang berupa beberapa pertanyaan

mengenai judul penelitian. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah persentase.

Analisis persentase adalah suatu cara yang digunakan untuk melihat seberapa banyak kecenderungan frekuensi jawaban responden dan fenomena-fenomena di lapangan. Langkah ini juga dilakukan untuk melihat besar kecilnya proporsi dari setiap pertanyaan sehingga data yang diperoleh selanjutnya mudah untuk dianalisa.

Untuk pengolahan angket responden jamaah menggunakan statistik persentase. Adapun langkah-langkah yang ditempuh adalah sebagai berikut:

- a. Menghitung jumlah frekuensi (f) dari alternative jawaban yang dipilih responden dari setiap angket.
- b. Menghitung persentasi (%) setiap alternative jawaban yang diperoleh.

Untuk itu digunakan rumus yang dikemukakan oleh Sudjana yaitu:⁴²

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

P = Persentase hasil angket

F = Frekuensi jumlah siswa yang memilih option

N = Jumlah Sampel

Untuk memudahkan dalam melakukan interpretasi, digunakan kategori persentasi berdasarkan pendapat Riduwan sebagai berikut:⁴³

0% - 33% = tidak baik

34% - 66% = kurang baik

⁴² Nana Sudjana, *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009) h. 50

⁴³ Riduwan, *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula*. (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 89

67% - 100% = baik

Selain menggunakan kriteria interpretasi skor angket pada penelitian ini penulis juga menggunakan kriteria pengujian hipotesis menurut Riduwan:⁴⁴

- 1) Apabila skor angket > 66% maka terima H_a , yaitu minat konsumen terhadap kualitas pelaksanaan umrah pada Elhanief Tour & Travel di Kota Langsa dan relevansinya dengan etika bisnis Islam baik atau meningkat.
- 2) Apabila skor angket < 66% maka terima H_a , yaitu minat konsumen terhadap kualitas pelaksanaan umrah pada Elhanief Tour & Travel di Kota Langsa dan relevansinya dengan etika bisnis Islam tidak baik atau menurun.

H. Pedoman Penulisan

Dalam penelitian ini penulis berpedoman pada buku panduan menulis skripsi Fakultas Syariah yang diterbitkan oleh Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Zawiyah Cot Kala Langsa pada tahun 2011.

⁴⁴ *Ibid*, h. 90

BAB IV

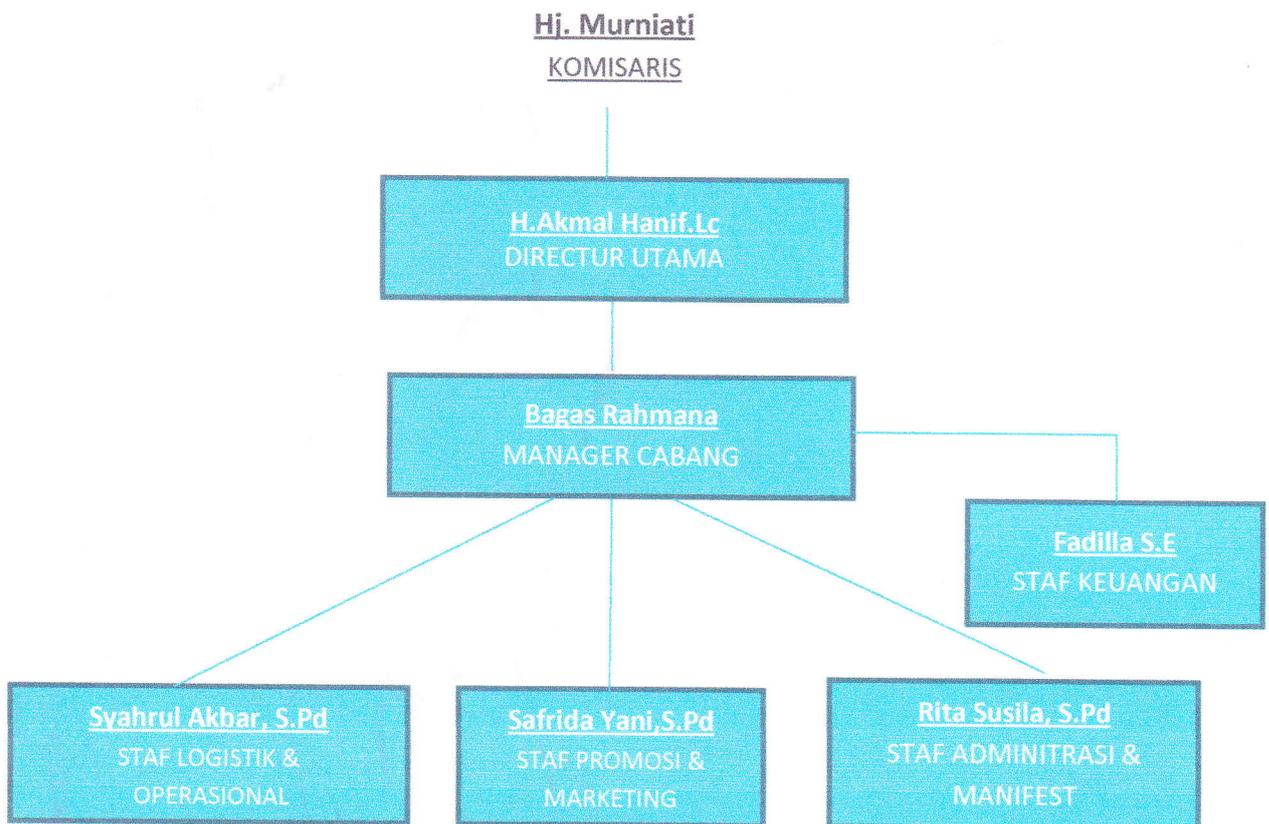
ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Profil Perusahaan

1. Gambaran Umum Perusahaan

Elhanief Tour & Travel Cabang Langsa berdiri pada Maret 2015 dan berkantor di Jl. Ahmad Yani no 7 (depan asrama polisi langsa) sekarang berpindah ke Jl. Ahmad Yani no 15 Gampong Teungoh Kota Langsa. Hadirnya Elhanief Tour & Travel di Kota Langsa sebagai jasa biro perjalanan untuk memberikan pelayanan dan memfasilitasi konsumen untuk melaksanakan ibadah umrah ke tanah suci.

2. Struktur Organisasi



B. Identifikasi Responden

Adapun hasil pengolahan data kuisisioner, maka identifikasi responden sebagai berikut:

Tabel 4.1
Tabulasi Responden

No.	Uraian	Jumlah	Persentase	
1	2	3	4	
1.	Pendidikan	SD	2	4 %
		SMP	4	8 %
		SMA	17	34 %
		Perguruan Tinggi	27	54 %
2.	Pekerjaan	PNS	27	54 %
		TNI/ Polri	6	12 %
		Wiraswasta	10	20 %
		Lain-lain	7	14 %
3.	Usia	30 – 40	10	20 %
		40 – 50	37	74 %
		50 – 60	3	6 %

C. Analisis Kuesioner

Berdasarkan hasil tabulasi responden pada kuesioner sebagai berikut:

Tabel 4.2.
Q1

Penilaian Responden	Jumlah Reponden	Jumlah Responden (%)
Setuju	39	78%
Tidak Setuju	11	12%

Sumber Data: Olahan Responden 2018

Berdasarkan tabel 4.2. dengan pertanyaan “Anda puas dengan promosi yang dilakukan” dapat kita pahami bahwa perusahaan Elhanief Tour & Travel memiliki promosi yang sangat baik dalam memberikan informasi produk umrah yang ditawarkan.

Tabel 4.3.

Q2

Penilaian Responden	Jumlah Reponden	Jumlah Responden (%)
Setuju	39	78%
Tidak Setuju	11	12%

Sumber Data: Olahan Responden 2018

Berdasarkan tabel 4.3. dengan pertanyaan “Kepuasan anda terhadap harga bervariasi yang ditawarkan” dapat kita pahami bahwa perusahaan Elhanief Tour & Travel memiliki varian harga yang ditawarkan dapat membuat konsumen merasa puas .

Tabel 4.4.

Q3

Penilaian Responden	Jumlah Reponden	Jumlah Responden (%)
Setuju	35	70%
Tidak Setuju	15	30%

Sumber Data: Olahan Responden 2018

Berdasarkan tabel 4.4. dengan pernyataan “Anda puas dengan layanan kantor cabang di seluruh daerah Aceh” dapat kita pahami bahwa perusahaan Elhanief Tour & Travel memiliki pelayanan kantor cabang yang baik sehingga konsumen merasa puas.

Tabel 4.5.

Q4

Penilaian Responden	Jumlah Reponden	Jumlah Responden (%)
Setuju	48	96%
Tidak Setuju	2	4%

Sumber Data: Olahan Responden 2018

Berdasarkan tabel 4.5. dengan pertanyaan “Anda puas dengan fasilitas yang diberikan” dapat kita pahami bahwa perusahaan Elhanief Tour & Travel memiliki fasilitas yang diberikan sangat baik, sehingga jamaah merasa puas.

Tabel 4.6.

Q5

Penilaian Responden	Jumlah Reponden	Jumlah Responden (%)
Setuju	50	100%
Tidak Setuju	0	0%

Sumber Data: Olahan Responden 2018

Berdasarkan tabel 4.6. dengan pertanyaan “Mendapatkan fasilitas pedamping dan tenaga medis” dapat kita pahami bahwa perusahaan Elhanief Tour & Travel memiliki pendamping dan tenaga medis yang mendampingi langsung jamaah sampai ke tanah suci, sehingga jamaah menilai sangat baik.

Tabel 4.7.

Q6

Penilaian Responden	Jumlah Reponden	Jumlah Responden (%)
Setuju	50	100%
Tidak Setuju	0	0%

Sumber Data: Olahan Responden 2018

Berdasarkan tabel 4.7. dengan pertanyaan “Jadwal keberangkatan yang ditetapkan sesuai dengan perjanjian dalam transaksi saat awal pendaftaran” dapat kita pahami bahwa perusahaan Elhanief Tour & Travel memiliki jadwal pemberangkatan yang sesuai perjanjian pada saat transaksi diawal pendaftaran.

Tabel 4.8.

Q7

Penilaian Responden	Jumlah Reponden	Jumlah Responden (%)
Setuju	28	56%
Tidak Setuju	22	44%

Sumber Data: Olahan Responden 2018

Berdasarkan tabel 4.8. dengan pertanyaan “Jadwal keberangkatan berkala setelah membayar lunas/panjar disaat awal pendaftaran” dapat kita pahami bahwa perusahaan Elhanief Tour & Travel memiliki jadwal pemberangkatan yang lama

Tabel 4.9.

Q8

Penilaian Responden	Jumlah Reponden	Jumlah Responden (%)
Setuju	50	100%
Tidak Setuju	0	0%

Sumber Data: Olahan Responden 2018

Berdasarkan tabel 4.9. dengan pertanyaan “Tersedianya pelayanan costumer service kantor cabang” dapat kita pahami bahwa perusahaan Elhanief Tour & Travel memiliki pelayanan costumer service di setiap kantor cabang, sehingga jama’ah umrah tidak perlu pergi ke kantor pusat guna mendapatkan informasi.

Tabel 4.10.
Q9

Penilaian Responden	Jumlah Reponden	Jumlah Responden (%)
Setuju	42	84%
Tidak Setuju	8	16%

Sumber Data: Olahan Responden 2018

Berdasarkan tabel 4.10. dengan pertanyaan “Anda menerima dengan baik informasi dan promosi tentang produk tour travelling” dapat kita pahami bahwa perusahaan Elhanief Tour & Travel memiliki promosi yang baik tentang informasi produk tour travelling, sehingga konsumen menilai sangat baik atas informasi yang diterimanya.

Tabel 4.11.
Q10

Penilaian Responden	Jumlah Reponden	Jumlah Responden (%)
Setuju	50	100%
Tidak Setuju	0	0%

Sumber Data: Olahan Responden 2018

Berdasarkan tabel 4.11. dengan pertanyaan “Elhanief Tour & Travel menjadi solusi untuk anda dalam menawarkan jasa pelayanan tour travelling” dapat kita pahami bahwa perusahaan Elhanief Tour & Travel memiliki alternatif

produk jasa dalam hal jasa pelayanan tour travelling, sehingga konsumen menilai wisata religi yang ditawarkan sangat solutif.

Tabel 4.12.
Q11

Penilaian Responden	Jumlah Reponden	Jumlah Responden (%)
Setuju	50	100%
Tidak Setuju	0	0%

Sumber Data: Olahan Responden 2018

Berdasarkan tabel 4.12. dengan pertanyaan “Elhanief Tour & Travel membuka paket jasa perjalanan tour travelling luar negeri” dapat kita pahami bahwa perusahaan Elhanief Tour & Travel memiliki paket jasa perjalanan tour traveling ke luar negeri, sehingga konsumen menilai sangat dibutuhkan tujuan perjalanan luar negeri selain daripada kegiatan religi.

Tabel 4.13.
Q12

Penilaian Responden	Jumlah Reponden	Jumlah Responden (%)
Setuju	48	96%
Tidak Setuju	2	4%

Sumber Data: Olahan Responden 2018

Berdasarkan tabel 4.13. dengan pertanyaan “Anda setuju bila Elhanief Tour & Travel membuka paket jasa perjalanan tour travelling domestik” dapat kita pahami bahwa perusahaan Elhanief Tour & Travel memiliki respon positif dari konsumen untuk memberikan pelayanan jasa perjalanan tour travelling domestik.

Tabel 4.14.
Q13

Penilaian Responden	Jumlah Reponden	Jumlah Responden (%)
Setuju	44	88%
Tidak Setuju	6	12%

Sumber Data: Olahan Responden 2018

Berdasarkan tabel 4.14. dengan pertanyaan “Harga paket yang ditawarkan Elhanief Tour & Travel sesuai dengan kondisi ekonomi anda” dapat kita pahami bahwa perusahaan Elhanief Tour & Travel memiliki harga yang murah, sehingga jamaah merasa terjangkau dengan kondisi ekonominya.

Tabel 4.15.
Q14

Penilaian Responden	Jumlah Reponden	Jumlah Responden (%)
Setuju	50	100%
Tidak Setuju	0	0%

Sumber Data: Olahan Responden 2018

Berdasarkan tabel 4.15. dengan pertanyaan “Bervariasinya harga dengan biro perjalanan umrah yang lain, sehingga anda memilih dengan Elhanief Tour & Travel” dapat kita pahami bahwa perusahaan elhanief tour & travel memiliki pilihan harga yang bervariasi, sehingga jamaah bisa bebas memilih sesuai keinginan dan kebutuhan.

Tabel 4.16.
Q15

Penilaian Responden	Jumlah Reponden	Jumlah Responden (%)
Setuju	0	0%
Tidak Setuju	50	100%

Sumber Data: Olahan Responden 2018

Berdasarkan tabel 4.16. dengan pertanyaan “Keunggulan pelayanan dan fasilitas yang diberikan Elhanief Tour & Travel dengan biro perjalanan lain, sehingga anda memilih Elhanief Tour & Travel” dapat kita pahami bahwa perusahaan elhanief tour & travel memiliki jamaah yang belum membandingkan pelayanan dan fasilitas dengan biro perjalanan yang lainnya.

Tabel 4.17.
Q16

Penilaian Responden	Jumlah Reponden	Jumlah Responden (%)
Setuju	0	0%
Tidak Setuju	50	100%

Sumber Data: Olahan Responden 2018

Berdasarkan tabel 4.17. dengan pertanyaan “Anda merasa informasi yang diberikan tidak sesuai dengan informasi yang anda terima dari costumer service” dapat kita pahami bahwa perusahaan Elhanief Tour & Travel memiliki costumer service yang baik dalam memberikan informasi kepada jamaah.

Tabel 4.18.
Q17

Penilaian Responden	Jumlah Reponden	Jumlah Responden (%)
Setuju	0	0%
Tidak Setuju	50	100%

Sumber Data: Olahan Responden 2018

Berdasarkan tabel 4.18. dengan pertanyaan “Anda merasa Elhanief Tour & Travel tidak mampu memberikan pelayanan terbaik bila seluruh jamaah telah terkumpul dari berbagai cabang” dapat kita pahami bahwa perusahaan elhanief tour & travel memiliki pelayanan yang baik terhadap jamaahnya walaupun jama'ah umrah yang berangkat berasal dari daerah lain.

Dari analisis kuesioner yang telah penulis sebutkan diatas, untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen terhadap Elhanief Tour & Travel di Kota Langsa dalam bidang pelaksanaan ibadah umrah maka penulis hendak memberikan SWOT atas perusahaan sebagai berikut:

Tabel 4.19
SWOT

Internal	Strange	Weak
	1.Promosi 2.Harga 3.Kantor Perwakilan 4.Fasilitas	1.Jadwal Keberangkatan
Eksternal	Opportunity	Treat
	1.Tujuan Tour Traveling 2.Paket Harga	1.Persaingan antar Travel 2.Peraturan Pemerintah

Untuk menganalisis minat konsumen terhadap kualitas pelaksanaan umrah Elhanief Tour & Travel di Kota Langsa dan relevansinya dengan etika bisnis Islam dapat direkapitulasikan pada tabel berikut:

Tabel 4.20. Pembuktian Angket Jemaah

No.	Soal Angket	RS	%	RTS	%
1	Anda puas dengan promosi yang dilakukan	39	78	11	22
2	Kepuasan anda terhadap harga bervariasi yang ditawarkan	39	78	11	22
3	Anda puas dengan layanan kantor cabang di seluruh daerah Aceh	35	70	15	30
4	Anda puas dengan fasilitas yang diberikan	48	96	2	4
5	Mendapatkan fasilitas pedamping dan tenaga medis	50	100	0	0
6	Jadwal keberangkatan yang ditetapkan sesuai dengan perjanjian dalam transaksi saat awal pendaftaran	50	100	0	0
7	Jadwal keberangkatan berkala setelah membayar lunas/panjar	28	56	22	44

	disaat awal pendaftaran				
8	Tersedianya pelayanan costumer service kantor cabang	50	100	0	0
9	Anda menerima dengan baik informasi dan promosi tentang produk tour travelling	42	84	8	16
10	Elhanief Tour & Travel menjadi solusi untuk anda dalam menawarkan jasa pelayanan tour travelling	50	100	0	0
11	Elhanief Tour & Travel membuka paket jasa perjalanan tour travelling luar negeri	50	100	0	0
12	Anda setuju bila Elhanief Tour & Travel membuka paket jasa perjalanan tour travelling domestik	48	96	2	4
13	Harga paket yang ditawarkan Elhanief Tour & Travel sesuai dengan kondisi ekonomi anda	44	88	6	12
14	Bervariasinya harga dengan biro perjalanan umrah yang lain, sehingga anda memilih dengan Elhanief Tour & Travel	50	100	0	0
15	Keunggulan pelayanan dan fasilitas yang diberikan Elhanief Tour & Travel dengan biro perjalanan lain, sehingga anda memilih Elhanief Tour & Travel	0	0	50	100
16	Anda merasa informasi yang diberikan tidak sesuai dengan informasi yang anda terima dari costumer service	0	0	50	100
17	Anda merasa Elhanief Tour & Travel tidak mampu memberikan pelayanan terbaik bila seluruh jamaah telah terkumpul dari berbagai cabang	0	0	50	100
	JUMLAH	623	1246	227	454

JUMLAH (%)	73.29	32,60	73.29	32,60
------------	-------	-------	-------	-------

Sumber: Hasil Penelitian Peneliti

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa minat konsumen terhadap kualitas pelaksanaan umrah Elhanief Tour & Travel di Kota Langsa dan relevansinya dengan etika bisnis Islam dapat dilihat dari persentase responden yang setuju dengan angket sebanyak 73.29% dan responden yang tidak setuju sebanyak 32,60%. Dari setiap pernyataan angket, jemaah lebih banyak beranggapan setuju atau memberikan tanggapan yang baik terhadap pelayanan jasa Elhanief Tour & Travel. Kemudian dapat ditentukan dengan kriteria uji hasil rata-rata jawaban responden, mengacu pada pendapat Riduwan yaitu apabila skor angket $< 66\%$ maka terima H_0 , yaitu minat konsumen terhadap kualitas pelaksanaan umrah pada Elhanief Tour & Travel di Kota Langsa dan relevansinya dengan etika bisnis Islam baik atau meningkat.

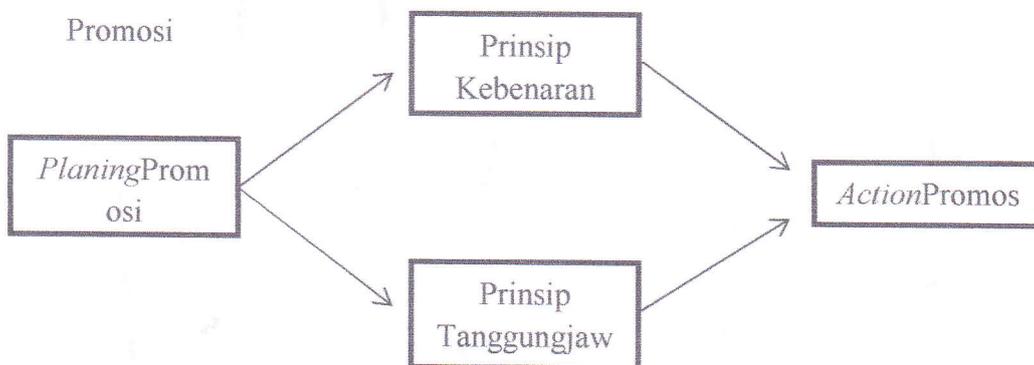
D. Pembahasan

Sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya mengenai minat konsumen (lihat Bab II poin 2.1) dan Etika Bisnis Islam (lihat Bab II poin 2.3), untuk menjawab apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen terhadap Elhanief Tour & Travel dan analisis minat konsumen terhadap kualitas pelaksanaan umrah Elhanief Tour & Travel. Maka untuk menjawab pertanyaan yang telah tersebutkan diatas penulis merincikannya sebagai berikut: *pertama*, Promosi, dalam pelaksanaan promosi yang telah dijalankan perusahaan Elhanief Tour & Travel melakukan prinsip kebenaran terhadap promosi yang dilakukan

selama ini, sehingga para jamaah-pun menaruh simpatik terhadap kebenaran atas promosi yang dilakukan. Terlepas dari prinsip tersebut, perusahaan Elhanief Tour & Travel juga telah memberikan bukti tanggungjawab atas setiap kejadian yang dialami oleh jamaah tatkala menjalani ibadah umrah di “Tanah Suci”, hal ini dapat terlihat jelas dengan adanya tenaga medis dan pendamping dalam pelaksanaan ibadah umrah. Sehingga, perusahaan Elhanief Tour & Travel telah melaksanakan prinsip tanggungjawab dalam etika bisnis Islam. Untuk lebih mudah memahami hal ini, maka dapat dilihat pada diagram 4.1. berikut:

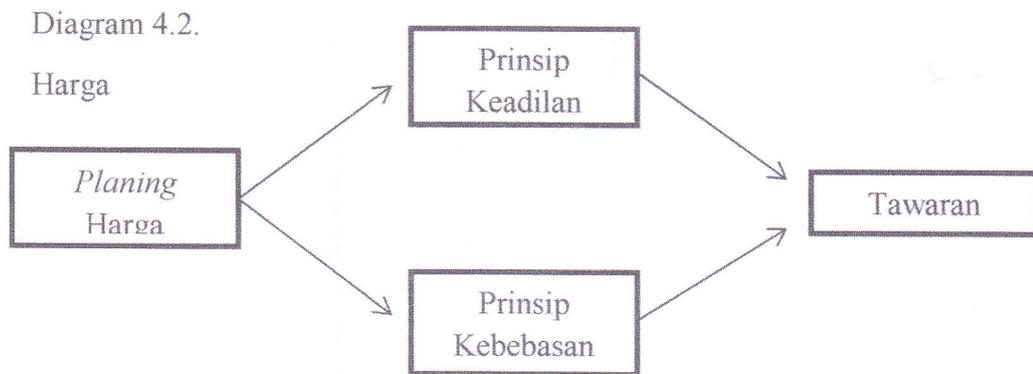
Diagram 4.1

Promosi



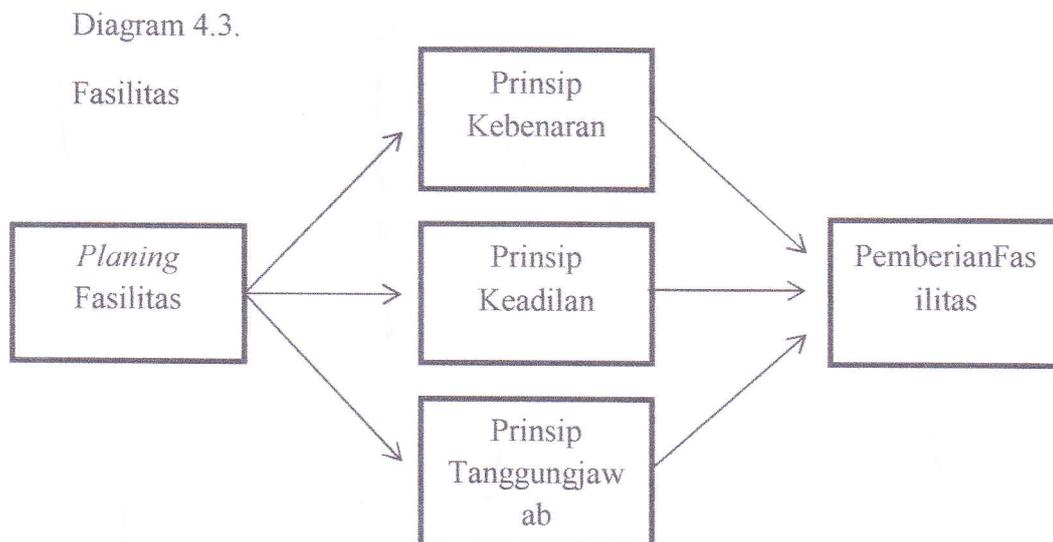
Kedua, Harga, dalam pemberian harga yang telah dijalankan perusahaan Elhanief Tour & Travel melakukan prinsip keadilan/ keseimbangan terhadap varian harga yang ditawarkan kepada calon jamaah. Sehingga, dengan varian harga tersebut perusahaan Elhanief Tour & Travel “memanjakan” calon jamaah dengan varian harga yang sesuai dengan kondisi ekonomi mereka. Terlepas dari prinsip tersebut, perusahaan Elhanief Tour & Travel juga menggunakan prinsip kehendak bebas/ kebebasan, hal ini diperuntukkan kepada perusahaan Elhanief Tour & Travel guna mendapatkan keuntungan daripada usaha yang dijalankan, sehingga keberlangsungan hidup perusahaan dapat berjalan dengan normal

kendati hanya mengambil keuntungan yang kecil dari setiap varian harga yang ditawarkan. Untuk lebih mudah memahami pada faktor ini, maka dapat dilihat pada diagram 4.2. Sebagai berikut:



Ketiga, Fasilitas, dalam pemberian fasilitas yang telah dijalankan perusahaan Elhanief Tour & Travel menggunakan prinsip Kebenaran, prinsip kebenaran yang dilakukan oleh perusahaan Elhanief Tour & Travel dalam hal fasilitas ialah adanya kebenaran daripada aplikatif promosi terhadap fasilitas yang diberikan oleh perusahaan. Diantara aplikatif daripada prinsip kebenaran dapat dilihat dengan adanya tenaga medis dan tenaga pendamping dalam melaksanakan ibadah umrah serta lokasi penginapan dari Masjid Al-Haram maupun Masjid Nabawi dengan jarak tempuh yang dekat. Disisi lain, perusahaan Elhanief Tour & Travel juga memiliki prinsip tanggungjawab dalam hal fasilitas. Prinsip tanggungjawab ini, diantaranya dapat dilihat dari beban moral yang emban oleh perusahaan Elhanief Tour & Travel berupa kondisi fisik dan lainnya yang dialami oleh setiap jamaah. Terlepas daripada dua prinsip yang telah penulis terangkan, masih ada satu prinsip lagi yang terdapat pada faktor fasilitas, prinsip tersebut ialah prinsip keadilan/ keseimbangan. Prinsip Keadilan/ Keseimbangan yang dilakukan oleh perusahaan Elhanief Tour & Travel ialah dengan memberikan pelayanan dan

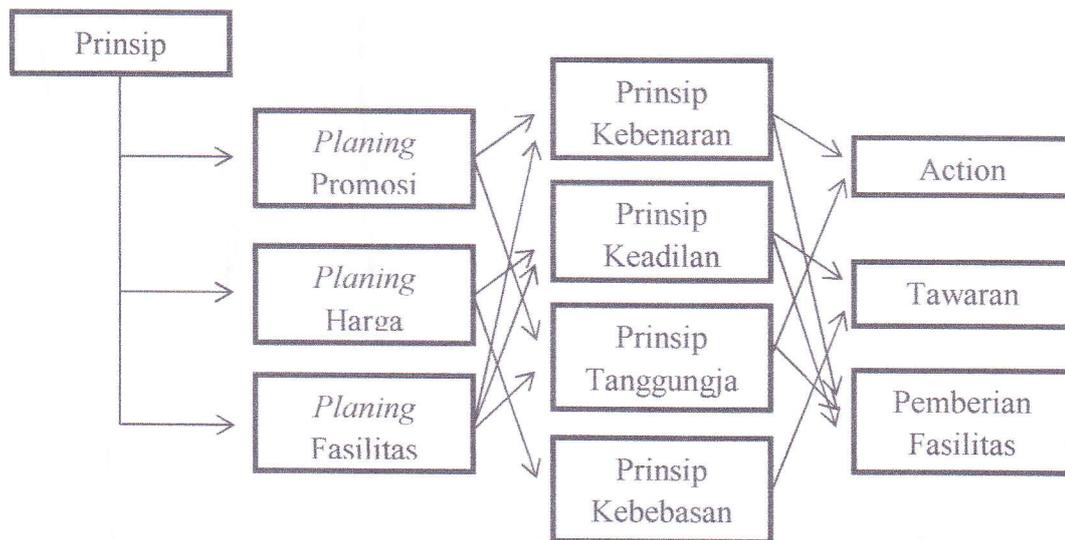
pemberian fasilitas dengan tanpa perbedaan status sosial dan status ekonomi. Selain daripada itu, kompensasi yang diberikan juga berlaku adil terhadap calon jamaah dan bagi perusahaan. Untuk lebih mudah memahaminya, dapat dilihat pada diagram 4.3. berikut:



Dari penjabaran tersebut sangat jelas bahwa perusahaan Elhanief Tour & Travel telah melaksanakan operasional perusahaan sesuai dengan etika bisnis Islam. Namun, Bila kita melirik kembali pada Bab II Poin 2.4. maka terlihat bahwa prinsip ketauhidan tidak ditemukan pada setiap faktor minat konsumen, hal ini dikarenakan bagi penulis Prinsip Ketauhidan merupakan prinsip yang sangat *fundamental* sehingga prinsip tersebut harus terdapat sebelum “sesuatu” itu ada, dengan kata lain bahwa Prinsip Tauhidan ini merupakan *Role Model* atau aturan baku pada setiap tindak seorang muslim. Prinsip etika bisnis yang telah tertuang dalam Bab II poin 2.4., penulis membaginya menjadi dua aspek, yaitu aspek *esensial* dan aspek aplikatif. Aspek *esensial* yang merupakan aspek *fundamental* terdiri dari prinsip Tauhid, sedangkan aspek aplikatif terdiri dari Prinsip

Kebenaran, Prinsip Keadilan, Prinsip Kebebasan, dan Prinsip Tanggungjawab. Untuk lebih mudah dalam memahami hal ini penulis memberikan sebuah gambaran pada diagram 4.4. berikut:

Diagram 4.4.
Role Model



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dari hasil pembahasan sebelumnya, maka penulis menarik kesimpulan, bahwa:

1. Faktor yang mempengaruhi minat konsumen terhadap Elhanief Tour & Travel di Kota Langsa dalam bidang pelaksanaan ibadah umrah yaitu faktor internal yang terdiri dari promosi, harga, kantor perwakilan, fasilitas, dan jadwal keberangkatan, dan faktor eksternal yang terdiri dari tujuan tour traveling, paket harga, persaingan antar travel, dan peraturan pemerintah.
2. Minat konsumen terhadap kualitas pelaksanaan umrah Elhanief Tour & Travel di Kota Langsa dan relevansinya dengan etika bisnis Islam sebanyak 73.29%, artinya minat konsumen terhadap kualitas pelaksanaan umrah pada Elhanief Tour & Travel di Kota Langsa dan relevansinya dengan etika bisnis Islam baik atau meningkat.

B. Saran

1. Kepada perusahaan Elhanief Tour & Travel agar meningkatkan promosi pada setiap lini masyarakat yang selama ini hanya terfokus pada I ini masyarakat ekonomi keatas (orang kaya);
2. Kepada perusahaan Elhanief Tour & Travel agar mempertahankan dan meningkatkan lagi pelayanan, fasilitas, dan inovasi harga. Mengingat jamaah

umrah pada perusahaan Elhanief Tour & Travel tertarik dengan hal yang telah disebutkan tadi;

3. Kepada perusahaan Elhanief Tour & Travel agar membuka paket perjalanan tour domestic maupun internasional. Mengingat terdapatnya konsumen yang berminat dan rekomendasi jamaah umrah;
4. Kepada perusahaan Elhanief Tour & Travel agar jadwal pemberangkatan lebih cepat dengan varian harga murah.

DAFTAR PUSTAKA

- Alquran dan Terjemahnya, Departement Agama RI.
- Abdullah, Zulkarnaini. *Pedoman Penulisan Skripsi dan Karya Ilmiah*. Langsa: t.p, 2011.
- Al-Bukhari, Muhammad bin Ismail bin Ibrahim bin al-Mughirah. *Al-Jami' as-Shahih al-Musnad Min Hadis Rasulullah Sallallahu'alaihiWasallam WaSunanihi WaAyyamih* atau *Shahih al-Bukhari*. T.t.p: t.p, juz 5, t.t.
- Al-Khin, Mustafa dkk. *Al-Fiqh al-Manhaji 'ala Mazhab al-Imam asy-Syafi'i*, jilid 1. Beirut: ad-Dar asy-Syamiyah, cet. 9, 2008.
- Al-Qardhawi, Yusuf. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press, 1993.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006.
- Az-Zuhaili, Wahbah. *Al-Fiqh al-Islami WaAdillatuhu*, terj; Abdul Hayyie al-Kattani, dkk. *Fiqh Islam WaAdillatuhu*. Jakarta: Gema Insani, cet. 2, jilid 3, 2011.
- Badroen, Faisal. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006.
- Barkatulah, Abdul Halim Barkatulah. *Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran*. Bandung: Nusa Media, 2008.
- Beker, Anton. *Metode-Metode Filsafat*. Jakarta: Graha Indonesia, 1986.
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Kencana, 2009.
- Barkatulah, Abdul Halim. *Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran* (Bandung: Nusa Media, 2008).
- Cevilla, Convelo G. dkk. *Pengantar Metode Penelitian*. Jakarta: Universitas Indonesia, 1993.
- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Malang: Penerbit UIN-Malang Press, 2007.
- <https://id.m.wikipedia.org>. Tanggal 23 April 2017, malam Rabu pukul 21.00 malam.

- Haris, Abd. *Pengantar Etika Islam*. (Sidoarjo: Al-Afkar, 2007).
- Huesein, Umar. *Manajemen Riset Pemasarandan Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT. Gramedia Pusaka) 2010.
- Hamzah, Yaksan. *Etika Bisnis Islam* (Makassar: Kretakupa Print Makassar, 2014).
- Kristiyanti, Celina Tri Siwi. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika, 2009.
- Madnasir, *Pengantar Bisnis dan Manajemen*, Fakultas Syari'ah IAIN Raden Intan Bandar Lampung, 2007.
- Mustag, Ahmad. *The Furture of Economics: An Islamic Perspektif*, Asy Syaamil Press & Grafika, jakarta, 2001.
- Margono, S. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta, cet. 2, 2003.
- Muhammd, Abdul Aziz. *Al-Wasith fi al-Fiqh al-Ibadah*. Terj; Ahsan Taqvim. *Fiqh Ibadah: Thaharah, Shalat, Zakat, Puasan Haji*. Jakarta: Amzah, cet. 1, 2009.
- Naqvi, Sayed Nawab Haider. *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*, terj; M. Saiful Anamdan Muhammad Ufuqul Mubin. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003.
- Nasution, Mustafa Edwin dkk. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana, cet. 4, 2012.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa, 2008.
- Riyanto, Yatim. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif dan Kuantitatif*. Surabaya: Unesa University Press, 2007.
- Siwi Kristiyanti, Celina Tri. *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Sinar Grafika, 2009).
- Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia edisi Revisi 2006*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2006.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi Mixed Methods*. Bandung: Alfabeta, cet. 1, 2011.
- Suryana. *Metodologi Penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Universitas Pendidikan Indonesia, 2010.
- Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia edisi Revisi 2006* (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2006).

Sedarmayanti, *Manajemen Strategi*, Refika Aditama, Bandung, 2014.

Sutarno, *Serba-serbi Manajemen Bisnis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012).

Ahmad Sahwat, *Seri Fiqih Kehidupan Haji dan Umrah* (Jakarta Selatan, Setia Budi, 2011)

Zainuddin, Ali. *Hukum Islam: Pengantar Ilmu Hukum Islam di Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika, 2006.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi :
Nama Lengkap : **RIZALDY**
Tempat/Tanggal Lahir : Batuphat, 28 Maret 1992
Jenis Kelamin : Laki – laki
Agama : Islam
Status : Lajang
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat Tinggal : Jl. T. Chik Di Tiro Dusun Utama Gampong Paya Bujuk Tunong
Kecamatan Langsa Baro Kota Langsa
No Hp : 085277528566

Pendidikan Formal :

1. TK : TAMAN INDRIA 2 PT.ARUN LNG (1997-1998)
2. SD : SEKOLAH DASAR SWASTA 2 PT.ARUN LNG (1999-2004)
3. MTS : MADRASAH TSANAWIYAH SWASTA ULUMUL QURAN LANGSA
(2005-2007)
4. MA : MADRASAH ALIYAH SWASTA ULUMUL QURAN LANGSA
(2008-2010)