

Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Usaha Travel Umroh di Kota Bandung

¹Jaiz M Awwali, ²Dewi Rahmi, ³Noviani

^{1,2,3}*Prodi Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116*

email: ¹Jaizmuhammadawwali@yahoo.co.id, ²derahmi@gmail.com

Abstract. Travel Umroh is one of the service companies that facilitate its pilgrims to worship to the holy land. Already as a travel umroh company should apply Islamic business ethics in running its business. The purpose of this study is to determine whether the business travel umroh in Bandung has applied Islamic business ethics in accordance with the principles that have been in the run by the Prophet Muhammad SAW when running his business. The research type is quantitative descriptive with field survey method. Preference data obtained by Likert scale with 25 respondents business actors and 75 respondents service users in the city of Bandung. According to the perceptions of business actors have accepting aspects of Islamic business ethics including into the good category, with the average score for the aspect of shiddiq reaches 69.37%, fathanah aspect reaches 68.32%, the tabligh aspect reaches 73.06%, and on the aspect aqidah reached 71.8%. However, if seen from the perception of service users, there are still 2 aspects that fall into the category enough, that is on the aspect of trust with the average score of 66.06%, and the istiqamah aspect with an average score of 66.88%.

Keywords: travel umroh, Islamic business ethics, shiddiq, amanah, fathanah, tabligh, istiqamah

Abstrak. Travel umroh merupakan salah satu perusahaan jasa yang memfasilitasi para jamaahnya menjalankan ibadah menuju tanah suci. Sudah seharusnya perusahaan travel umroh menerapkan etika bisnis Islam dalam menjalankan usahanya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah para pelaku usaha travel umroh di Kota Bandung telah menerapkan etika bisnis Islam sesuai dengan prinsip-prinsip yang telah di jalankan oleh Nabi Muhammad Saw ketika menjalankan bisnisnya. Jenis penelitian adalah deskriptif kuantitatif dengan metode survey lapangan. Data preferensi diperoleh dengan skala likert dengan 25 responden pelaku usaha dan 75 responden pengguna jasa di Kota Bandung. Menurut persepsi pelaku usaha telah menerapkan aspek aspek etika bisnis Islam termasuk kedalam kategori baik, dengan jumlah rata-rata skor untuk aspek shiddiq mencapai 69,37%, aspek fathanah mencapai 68,32%, aspek tabligh mencapai 73,06%. Namun jika dilihat dari persepsi pengguna jasa, masih terdapat 2 aspek yang termasuk kedalam kategori cukup, yaitu pada aspek amanah dengan nilai rata-rata skor 66,06%, dan aspek istiqamah dengan nilai skor rata-rata 66,88%.

Kata kunci : travel umroh, etika bisnis Islam, shiddiq, amanah, fathanah, tabligh, istiqamah

A. Pendahuluan

Pembangunan merupakan proses berkesinambungan dengan tujuan akhir untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pembangunan selalu menimbulkan dampak positif maupun negatif, oleh karena itu sangat diperlukan suatu acuan untuk menilai keberhasilan pembangunan suatu wilayah. Pembangunan suatu wilayah dikatakan berhasil bila pertumbuhan ekonomi disuatu wilayah relatif tinggi, pertumbuhan ekonomi memiliki keterkaitan ekonomi dengan wilayah tersebut. Perkembangan ekonomi suatu wilayah harus dilihat dari sektor-sektor yang menjadi unggulan wilayah tersebut.

Sektor jasa perusahaan merupakan salah satu dari 17 sektor yang mampu berkontribusi cukup besar terhadap PDRB Kota Bandung. Sektor jasa perusahaan menempati urutan kelima sebagai penyumbang terbesar untuk PDRB Kota Bandung. Terdapat beberapa sub sektor yang termasuk kedalam sektor jasa perusahaan ini, salah satunya adalah jasa perusahaan travel umroh. Travel umroh merupakan salah satu usaha yang bergerak dalam bidang jasa wisata rohani Islam yang di awasi secara langsung oleh kementerian agama mengenai permasalahan izin dan lain-lainnya. Travel umroh dapat mempermudah jemaah haji dalam menunaikan ibadah haji karena fungsi

dari travel umroh itu sendiri adalah untuk membimbing calon jemaah dalam hal pelaksanaan kegiatan ibadah, mulai dari pendaftaran hingga pelaksanaannya.

Trend untuk melakukan ibadah umroh muncul karena didorong oleh cukup panjangnya antrian masyarakat untuk melakukan ibadah haji, dimana pada tahun 2017 kuota haji di Kota Bandung hanya mendapatkan 2.648 kursi. Jumlah tersebut tidak sebanding dengan tingginya tingkat permintaan masyarakat Kota Bandung yang mengakibatkan antrian haji saat ini sudah mencapai 13 tahun. Sehingga kebanyakan masyarakat lebih memilih untuk melakukan wisata umroh untuk menuju tanah suci.

Hal tersebut sejalan dengan pertumbuhan travel umroh yang terus meningkat di setiap tahunnya. Berikut adalah gambar perkembangan travel umroh di Kota Bandung :



Gambar 1. Perkembangan Travel Umroh di Kota Bandung

Melihat pertumbuhan travel umroh di Kota Bandung yang terus tumbuh dalam setiap tahunnya dapat memicu tingkat persaingan usaha yang cukup tinggi pada setiap travel umroh yang berada di Kota Bandung.

Namun dalam menjalankan bisnis umroh yang memfasilitasi para umat muslim untuk melaksanakan ibadah umroh sudah seharusnya para pelaku usaha menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam menjalankan usaha bisnisnya sebagai mana yang telah di atur di dalam Al-quran. Nabi Muhammad SAW ketika menjalankan bisnisnya sangat beorientasi kepada sikap *ta'awun* sebagai implikasi sosial kegiatan bisnisnya. Terdapat beberapa sifat Nabi yang perlu diterapkan dalam menjalankan suatu bisnis yaitu : *shiddiq, amanah, fathanah, tabligh, dan istiqamah*. Sehingga para pelaku usaha dapat terhindar dari kegiatan bisnis yang melanggar norma-norma bisnis yang telah ditetapkan maupun kegiatan-kegiatan yang melanggar ajaran-ajaran agama Islam.

Tetapi dari hasil pengamatan dilapangan masih ditemukan beberapa kasus yang menimpa para calon jemaah yang hendak pergi ke tanah suci untuk melakukan ibadah umroh. Contoh kasus yang terjadi pada tahun 2017 seperti masih banyak para jemaah yang tertipu hingga gagal berangkat menuju tanah suci, permasalahan visa yang terlambat keluar sehingga mengakibatkan penjadwalan ulang atau *reschedule*, tidak menjelaskan berapa jarak lokasi hotel dengan pusat Masjidil Haram, tidak memberikan kejelasan informasi mendapatkan makan beberapa kali didalam paket umroh, dan juga kekurangan informasi dari pemandu sehingga tidak mendapatkan akses bis menuju ke lokasi. Berdasarkan latar belakang, maka penulis akan mengidentifikasi apakah para pelaku usaha telah menerapkan etika bisnis Islam dalam menjalankan usahanya ?

B. Landasan Teori

Etika bisnis dapat diartikan sebagai telaah, penyelidikan atau pengkajian sistematis tentang tingkah laku seseorang atau dalam kelompok dan dalam transaksi

bisnis guna mewujudkan kehidupan yang lebih baik atau etika bisnis yaitu dalam pengetahuan tentang cara bisnis dengan memperhatikan tentang tingkah laku yaitu kebenaran atau kejujuran dalam berusaha (berbisnis). Kebenaran dalam etika adalah etika standar yang secara umum dapat diterima dan diakui prinsip-prinsipnya baik oleh individu, masyarakat atau dalam kelompok (Buchari Alma, 1994 : 19).

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, salah dan halal, haram dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang sesuai dengan syariah. Dalam pengertiannya yang lain, etika bisnis Islami merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan.

Dalam membicarakan etika bisnis Islami adalah menyangkut “business firm” dan “business person” yang mempunyai arti bervariasi. Berbisnis berarti suatu usaha yang menguntungkan. Jadi etika bisnis Islami adalah studi tentang seseorang atau organisasi melakukan usaha atau kontak bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam (Abdul Aziz, 2013 : 35)

Dari semua definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa suatu organisasi atau pelaku bisnis akan melakukan bisnis dalam bentuk: (1) memproduksi atau mendistribusikan barang dan jasa, (2) mencari profit dan mencoba memuaskan keinginan konsumen. Dan dalam melakukan bisnis ini hendaknya pelaku bisnis bertumpu pada prinsip-prinsip etika bisnis yaitu yang menyangkut yang baik dan tidak baik, apa-apa yang boleh dan tidak boleh, halal dan haram dalam berbisnis (Yusanto, 2002 : 17).

Dalam Islam, etika bisnis Islam harus berdasarkan pada prinsip-prinsip dasar yang berlandaskan pada al-Qur’an dan al-Hadith. Dalam buku “*Etika Bisnis Perspektif Islam*” yang mengutip dari bukunya Ahmad Hasan Ridwan “Manajemen Baitul Mal Wa Tamwil”, Abdul Aziz menjelaskan secara terperinci prinsip-prinsip etika bisnis Islami sebagai berikut : (Abdul Aziz, 2013 : 41-43)

- a. Jujur dalam takaran dan timbangan.
- b. Menjual barang yang halal
- c. Menjual barang yang bermutu baik
- d. Jangan menyembunyikan kecacatan suatu barang
- e. Jangan main sumpah
- f. Longgar dan bermurah hati
- g. Jangan menyaingi kawan
- h. Mencatat utang piutang
- i. Larangan riba
- j. Anjuran berzakat, yakni menghitung dan mengeluarkan zakat barang dagangan setiap tahun sebanyak 2,5 % sebagai salah satu cara untuk membersihkan harta yang diperoleh dari hasil usaha.

Berdasarkan prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam di atas, maka secara teologis Islam menawarkan nilai-nilai dasar atau prinsip-prinsip umum yang penerapannya dalam bisnis disesuaikan dengan perkembangan zaman dan mempertimbangkan dimensi ruang dan waktu.

Tabel 1. Operasionalis Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator Variabel
1	<i>Shiddiq</i>	Shiddiq artinya benar. Bukan hanya perkataannya yang benar, tapi juga perbuatannya juga benar. Sejalan dengan ucapannya. Beda sekali dengan pemimpin sekarang yang kebanyakan hanya kata-katanya yang manis, namun perbuatannya berbeda dengan ucapannya.	Tingkat kejujuran dalam menjalankan usaha.
			Tingkat kejujuran dalam memberikan informasi di lapangan
			Tingkat kejujuran dalam memberikan informasi mengenai fasilitas yang didapatkan
			Tingkat kejujuran dalam memberikan harga paket tour
			Tingkat kejujuran bahwa
			Tingkat kejujuran pelaku usaha untuk bersaing secara sehat
2	<i>Amanah</i>	Amanah artinya benar-benar bisa dipercaya. Jika satu urusan diserahkan kepadanya, niscaya orang percaya bahwa urusan itu akan dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.	Tingkat Ketepatan pihak travel dalam menentukan harga paket.
			Tingkat ketepatan pihak travel untuk memeberangkatkan jemaah tepat waktu.
			Tingkat ketepatan pihak travel dalam memberikan pelayanan jasa sesuai yang di harapkan
			Tingkat ketepatan untuk tidak mengurangi fasilitas yang seharusnya didapatkan.
3	<i>Tabligh</i>	Tabligh artinya menyampaikan. Segala firman Allah yang ditujukan oleh manusia, disampaikan oleh Nabi. Tidak ada yang disembunyikan meski itu menyinggung Nabi	Tingkat kemampuan pihak travel dalam menyediakan sarana komunikasi antara pelaku usaha dengan konsumen
			Tingkat kemampuan untuk saling berkomunikasi antara pelaku usaha dengan konsumen
			Tingkat kemampuan untuk menjelaskan setiap produk

			yang dijual
			Tingkat kemampuan pelaku usaha untuk mengerti keinginan yang diharapkan konsumen.
			Tingkat kemampuan mudah bersosialisasi
			Tingkat kemampuan untuk terbuka mengenai kondisi dilapangan
4	Fathanah	Fathonah artinya Cerdas. Mustahil Nabi itu bodoh atau jahlun. Dalam menyampaikan 6.236 ayat Al Qur'an kemudian menjelaskannya dalam puluhan ribu hadits membutuhkan kecerdasan yang luar biasa.	Tingkat kecerdasan pelaku usaha untuk terus mengembangkan bisnis tersebut
			Tingkat kecerdasan pihak travel menambah variasi paket tour
			Tingkat kecerdasan pihak travel untuk memberikan promosi-promosi
			Tingkat kecerdasan pihak travel untuk mengikuti ajang travel fair
			Tingkat kecerdasan pihak travel dalam memberikan solusi kepada konsumen
5	Istiqamah	Istiqomah berarti sikap kukuh pada pendirian dan konsekuen dalam tindakan. Dalam makna yang luas, istiqomah adalah sikap teguh dalam melakukan suatu kebaikan, membela dan mempertahankan keimanan dan keislaman, walaupun menghadapi berbagai macam tantangan dan godaan.	Tingkat konsistensi dalam menjalankan tugas.
			Tingkat konsistensi untuk selalu berkomitmen dengan baik
			Tingkat konsistensi menjalankan acara sesuai dengan agenda yang sudah dibuat.
			Tingkat konsistensi untuk terus berusaha mengembangkan usaha
			Tingkat konsistensi dalam memberikan pelayanan yang maksimal

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bagian ini akan dilakukan analisis pembahasan yang berkaitan dengan variabel yang diangkat dalam penelitian,. Dari hasil pengolahan data, maka dapat dibuatkan ringkasan total skor dari semua variabel yang diangkat dalam penelitian

sebagaimana yang dapat dilihat dari tabel berikut ini :

Tabel 2. Persepsi Pelaku Usaha dan Konsumen Mengenai Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Travel Umroh Di Kota Bandung

No	Variabel	Jumlah Rata-Rata Skor	
		Pelaku Usaha	Konsumen
1	Shiddiq	69,37	69,18
2	Amanah	69,6	66,06
3	Fathanah	73,06	69,11
4	Tabligh	68,32	68,48
5	Istiqamah	71,88	66,88

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Berdasarkan dari hasil pemaparan dan pembahasan oleh peneliti maka dapat ditarik kesimpulan. Adapun kesimpulan peneliti adalah sebagai berikut :

1. Penerapan etika bisnis Islam pada aspek shiddiq menurut persepsi pelaku usaha dalam menjalankan usaha bisnisnya telah menerapkan aspek tersebut dengan baik yaitu dengan jumlah rata-rata skor mencapai persen. Hal tersebut sejalan dengan persepsi pengguna jasa yang menilai para pelaku usaha telah menerapkan aspek shiddiq dalam kegiatan usahanya dengan baik yaitu dengan menghitung jumlah rata-rata skor mencapai
2. Penerapan etika bisnis Islam pada aspek amanah menurut persepsi pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan bisnisnya telah menerapkan aspek tersebut dengan baik yaitu dengan jumlah rata-rata skor mencapai persen. Namun hal tersebut tidak sejalan dengan persepsi pengguna jasa yang menilai para pelaku usaha hanya termasuk kedalam kategori cukup dalam menerapkan aspek amanah dalam kegiatan bisnisnya. Dari hasil pengamatan dilapangan masih di temukan beberapa travel umroh di Kota bandung yang telat dalam memberangkatkan para jemaahnya, harga paket yang kadang berubah-ubah, hingga pelayanan yang kurang memuaskan. Para pelaku usaha mengasumsikan hal tersebut terjadi dikarenakan faktor kondisi di lapangan yang sering tidak menentu seperti perubahan nilai mata uang, proses pembuatan visa yang sering terjadi kendala, dan tingkat permintaan untuk ibadah umroh yang cukup tinggi di nilai para pelaku usaha merasa kewalahan dalam segi memberikan pelayanan.
3. Penerapan etika bisnis Islam pada aspek tabligh menurut persepsi pelaku usaha dalam menjalankan usahanya sudah termasuk kedalam kategori baik, yaitu dengan jumlah skor rata-rata mencapai persen. Dan para pengguna jasa juga menilai para pelaku usaha telah menerapkan aspek tersebut kedalam kategori baik dengan jumlah nilai rata-rata skor mencapai persen. Artinya para pelaku usaha telah dinilai baik oleh para pengguna jasa dalam hal menerapkan aspek tabligh dalam kegiatan usahanya.
4. Penerapan etika bisnis Islam pada aspek fathanah menurut persepsi pelaku usaha dalam menjalankan usahanya sudah termasuk kedalam kategori baik, yaitu dengan jumlah skor rata-rata mencapai persen. namun jika dilihat dari persepsi pengguna jasa, pelaku usaha mendapatkan rata-rata skor lebih tinggi dibandingkan persepsi pelaku usaha itu sendiri dengan nilai rata-rata skor mencapai persen. hal tersebut dikarenakan beberapa pelaku usaha merasa tidak yakin dalam hal

5. Penerapan etika bisnis Islam pada aspek istiqamah menurut persepsi pelaku usaha dalam menjalankan usahanya sudah menerapkan aspek tersebut dengan baik yaitu dengan jumlah skor rata-rata mencapai persen. hal tersebut telah sejalan dengan persepsi pengguna jasa yang menilai para pelaku usaha telah menerapkan aspek tersebut dengan baik yaitu dengan jumlah nilai rata-rata skor mencapai persen.

Jika dilihat dari seluruh indikator variabel yang terdapat pada etika bisnis Islam menurut persepsi pelaku usaha, secara garis besar telah menerapkan kelima aspek tersebut dalam kegiatan usaha bisnisnya dengan baik. Namun jika dilihat dari sudut pandang pengguna jasa bahwa masih terdapat beberapa sub-sub indikator yang masih perlu ditingkatkan oleh para pelaku usaha dalam menjalankan usaha bisnisnya, hal tersebut dikarenakan masih adanya beberapa pengguna jasa yang merasa kecewa terhadap pelayanan yang diberikan oleh beberapa pelaku usaha. Selain dari lima aspek yang menjadi kunci sukses Nabi Muhammad SAW, sebagai seorang pelaku usaha yaitu : sifat shiddiq, amanah, fathanah, tabligh, dan istiqamah, peneliti juga menambahkan aspek aqidah masuk kedalam kunci sukses yang sangat penting untuk dimiliki bagi seseorang pelaku usaha agar dalam menjalankan usahanya dapat lebih maju dan terus berkembang.

D. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memperoleh hasil bahwa menurut persepsi pelaku usaha telah menerapkan aspek aspek etika bisnis Islam termasuk kedalam kategori baik, dengan jumlah rata-rata skor untuk aspek shiddiq mencapai 69,37%, aspek fathanah mencapai 68,32%, aspek tabligh mencapai 73,06%. Namun jika dilihat dari persepsi pengguna jasa, masih terdapat 2 aspek yang termasuk kedalam kategori cukup, yaitu pada aspek amanah dengan nilai rata-rata skor 66,06%, dan aspek istiqamah dengan nilai skor rata-rata 66,88%.

E. Saran Penelitian

Seharusnya untuk para pelaku usaha lebih meningkatkan kembali variabel-variabel yang terdapat pada prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam menjalankan usahanya, khususnya untuk variabel *amanah* dan juga *fathanah*.

Daftar Pustaka

- Indra, R. 2017. Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Akad Jual Beli Istisnha (Preorder) Di Usaha Sparepart Motor Custom Kota Bandung. Skripsi, Universitas Islam Bandung
- Heri, I. 2017. Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako Di Pasar Sentral Sinjai, Skripsi
- Helmi, R. 2016. Implementasi Aspek-Aspek Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Pasar Ngasem Tamansari Kota Yogyakarta, Skripsi