

Penerapan Etika Bisnis Islami pada Pengelolaan Hotel Syariah di Kota Bandung

Implementation of Islamic Business Ethics in the Management of Sharia Hotels in the City of Bandung

¹Wizka Aryani, ²Westi Riani ³Noviani

^{1,2,3}*Prodi Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung,*

Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116

email: 1wizkaaryani@gmail.com, 2westiriani@yahoo.com

Abstract. Islamic business ethics is a set of values about good, bad, right, wrong and halal in the business world based on the principles of morality in accordance with sharia. Very tight business competition can affect the mindset of business people to always think about how to make a business that is running it can get huge benefits. The research objective is to analyze and find out the application of Islamic business ethics in the management of Sharia Hotels in the City of Bandung. The method used is descriptive analysis with a quantitative approach. Data collection is done through the distribution of questionnaires to the managers of Sharia Hotels in Bandung and data processing is done using a Likert scale, and supported by justification of other parties (consumers or service users). The measurement technique uses 4 variables of Islamic business ethics principles consisting of Shiddiq, Fathanah, Amanah, and Tabligh. The results showed that overall the application of the principles of business ethics carried out by the manager of Sharia Hotels in the city of Bandung had been implemented quite well. The most dominant Islamic business ethics principle in the management of sharia hotels in the city of bandung is the Shiddiq principle with a score of 1070 (enough).

Keywords: Islamic Business Ethics, Managers, Sharia Hotels

Abstrak. Etika Islam tentang bisnis merupakan sekumpulan nilai tentang baik, buruk benar, salah dan halal haram dalam dunia bisnis yang didasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang sesuai dengan syariah. Persaingan bisnis yang sangat ketat dapat mempengaruhi pola pikir para pelaku usaha untuk senantiasa memikirkan bagaimana caranya agar bisnis yang dijalankannya bisa mendapatkan keuntungan yang besar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui penerapan etika bisnis Islam pada pengelolaan Hotel Syariah di Kota Bandung. Metode yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada para pengelola Hotel Syariah di Kota Bandung. Diolah dengan menggunakan skala likert, dan didukung dengan *justifikasi* terhadap pihak lain (kosumen atau pengguna jasa layanan). Teknik pengukuran menggunakan 4 variabel prinsip etika bisnis Islam yang terdiri dari *Shiddiq, Fathanah, Amanah, dan Tabligh*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan penerapan prinsip etika bisnis yang dijalankan oleh pengelola Hotel Syariah di Kota Bandung telah terlaksana dengan cukup baik. Prinsip etika bisnis Islam yang paling dominan pada pengelolaan hotel syariah dikota bandung yaitu prinsip *Shiddiq* dengan diperoleh skor sebesar 1070 (cukup).

Kata kunci: Etika Bisnis Islam, Pengelola, Hotel Syariah

A. Pendahuluan

Bandung merupakan ibukota Provinsi Jawa Barat yang menjadikan Bandung sebagai pusat dari segala kegiatan. Bandung masih menjadi salah satu primadona hiburan dan rekreasi pada masa kolonial dulu, sehingga Kota Bandung dijuluki Paris Van Java. Suasana yang asri dan hawa yang sejuk menjadikan Bandung tempat yang nyaman untuk didiami.

Kota Bandung merupakan salah

satu daerah yang menjadi destinasi wisata oleh turis lokal maupun asing. Bandung dikelilingi oleh daerah sekitar yang memiliki objek wisata yang menarik seperti Lembang, Ciwidey, dan Subang. Bandung menjadi tempat beristirahat bagi wisatawan yang telah mengunjungi tempat wisata yang ada disekitar Bandung. Banyak tempat wisata yang ditawarkan oleh Kota Bandung dan sekitarnya seperti wisata alam, wisata belanja, bahkan wisata kuliner. Keindahan alam yang

disuguhkan oleh Bandung menjadi daya tarik utama wisatawan untuk mengunjungi Kota Bandung. Keragaman wisata yang ada di Kota Bandung menjadi salah satu daya tarik wisatawan untuk mengunjungi Kota Bandung. Hal lain yang dimiliki oleh Kota Bandung adalah keramahan masyarakat Kota dan suasana Kota yang nyaman. Sehingga pertumbuhan wisatawan di Kota Bandung setiap tahunnya meningkat.

Tabel 1 Perkembangan Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik di Kota Bandung Tahun 2013-2016

Tahun	Wisatawan yang berkunjung			Wisatawan yang menginap		
	Wisman	Wisnus	Total	Wisman	Wisnus	Total
2013	176.855	5.080.584	5.257.439	158.848	3.354.857	3.513.705
2014	176.432	5.388.292	5.564.724	170.982	3.726.447	3.897.429
2015	180.143	5.627.421	5.807.564	176.487	4.242.294	4.418.781
2016	183.932	5.877.162	6.061.094	130.039	3.974.453	4.104.492

Sumber: BPS Kota Bandung, 2017

Berdasarkan tabel 1 pada tahun 2015 dan 2016 wisman meningkat rata-rata sebesar 2,10% sedangkan wisnus meningkat rata-rata 4,44% dimana wisman yang menginap di Kota Bandung sebesar 70,7% lebih besar dibandingkan wisnus yang hanya sebesar 67,6%. Pada tahun 2014 terjadi penurunan jumlah wisatawan mancanegara yang mengunjungi Kota Bandung sebesar 0,24% dari tahun sebelumnya, dan pada tahun 2015 terjadi peningkatan sebesar 2,10% begitu juga dengan tahun 2016 terjadi peningkatan sebesar 2,10%. Sedangkan untuk wisatawan nusantara terus mengalami peningkatan sejak tahun 2014 hingga 2016 dengan rata-rata peningkatan sebesar 4,98%. Meningkatnya jumlah wisatawan ke Kota Bandung, mendorong pelaku-pelaku usaha untuk membangun usaha di sektor hotel, restaurant dan perdagangan. Jumlah wisatawan yang terus meningkat ini menjadi sebuah keuntungan bagi sektor pariwisata serta

pemasukan asli daerah bagi Kota Bandung. Hotel merupakan salah satu fasilitas akomodasi sebagai tempat menginap bagi para wisatawan juga mengalami persaingan dalam bisnis.

Menurut Farahani dan Henderson (2010) menyatakan bahwa Saat ini di Kota Bandung terdapat hotel konvensional dan syariah. Dalam bisnis perhotelan keuntungan ekonomi tentunya menjadi tujuan utama, sehingga tidak sedikit yang mengabaikan nilai luhur agama dan adat. Beberapa penyimpangan dari prinsip syariah yang kerap terjadi seperti sejumlah hotel mengabaikan syarat-syarat bagi pengunjung hotel yang belum menikah untuk menginap dalam satu kamar, menyediakan minuman keras dan makanan haram.

Saat ini sedang ada sebuah tren yang berkembang diberbagai negara yaitu wisata halal. Wisata halal merupakan sebuah istilah untuk destinasi wisata yang ada dengan menawarkan fasilitas dan layanan yang sesuai dengan syariat islam. Bandung adalah salah satu kota yang memiliki mayoritas penduduk muslim, maka pengimplementasian wisata halal ini dapat diterapkan di Kota Bandung. Pemerintah Kota Bandung melihat wisata halal ini dapat menjadi sebuah daya tarik untuk mendatangkan wisatawan mancanegara maupun domestik. Terlebih wisatawan yang datang ke Bandung mayoritas adalah wisatawan lokal yang memang beragama muslim.

Kehadiran hotel syariah memberikan alternatif lain bagi wisatawan untuk menginap. Hotel syariah merupakan hotel yang menyediakan pelayanan dan fasilitas berbasis syariah. Hotel syariah tidak hanya sebatas menyediakan makanan dan minuman halal saja, tapi seluruh sistem kerja hotel berdasarkan prinsip syariah (Razalli et al. 2011). Hotel

syariah adalah salah satu tawaran yang menarik dalam rangka meningkatkan kualitas moral dan karakter bangsa Indonesia yang luhur.

Tabel 2 Tingkat Okupansi Terhadap Hunian Kamar Hotel di Kota Bandung 2017

Bulan	Hotel Syariah	Hotel Konvensional
Januari	48,40%	50,15%
Februari	48,74%	49,10%
Maret	48,91%	49,17%
April	49,57%	48,37%
Mei	49,76%	49,79%
Juni	52,93%	56,19%
Juli	59,59%	47,85%
Agustus	38,57%	59,29%
September	35,68%	60,19%
Oktober	48,51%	59,85%
November	43,68%	69,29%
Desember	48,67%	70,19%

Sumber: Badan Pusat Statistik, Tingkat Okupansi Hunian Kamar

Berdasarkan tabel 2 di atas, terlihat bahwa tingkat okupansi terhadap hunian kamar hotel di kota Bandung pada tahun 2018 menunjukkan besaran yang belum optimum. Capaian tingkat okupansi hotel syariah lebih rendah di bandingkan hotel konvensional, kecuali pada bulan Juli 2018 yang bertepatan dengan libur lebaran. Saat ini, jumlah hotel syariah yang ada di Kota Bandung hanya 7 hotel dari total 475 hotel. Rata - rata tingkat okupansi hotel syariah di kota Bandung masih lebih rendah dibandingkan dengan hotel konvensional. Dengan karakteristik wisatawan yang mengunjungi Kota Bandung didominasi oleh wisatawan domestik yang mayoritas beragama muslim (Satrija Prajna Essa, Dewi Rahmi, dan Westi Riani, 2018:25), sebenarnya permintaan potensial untuk hotel syariah cukup besar.

Potensi bisnis hotel syariah di Kota Bandung cukup tinggi dan peluang usahanya cukup besar tidak dibarengi dengan pemahaman masyarakat sebagai konsumen. Selama ini masyarakat lebih memilih hotel konvensional karena telah mengerti prosedurnya. Standar hotel Syariah memang lebih detail

dibandingkan hotel konvensional lainnya misalnya, konsumen mesti diperlihatkan bukti sertifikat halal terkait makanan yang disediakan manajemen hotel. Tak hanya itu, tamu lawan jenis pun tidak diperbolehkan menginap satu kamar tanpa keterangan menikah yang resmi.

Menurut Antonio (2011) menyatakan bahwa Dalam menjalankan bisnis, Islam mempunyai empat pilar dalam etika bisnis yang terdiri dari shiddiq, fathanah, amanah, dan tabligh. Perilaku para pelaku usaha dalam menjalankan bisnis tentunya harus berdasarkan empat pilar tersebut. Untuk menjadi pembisnis yang sesuai syariat Islam, dibutuhkan empat pilar tersebut supaya didalam mendapatkan keuntungan pengusaha tersebut mendapatkan ke ridhaan dari Allah SWT.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka tujuan yang hendak dicapai adalah untuk menganalisis dan mengetahui: 1. Penerapan etika bisnis islami pada Pengelolaan Hotel Syariah di Kota Bandung, 2. Penerapan etika bisnis islami pada pengelolaan Hotel Syariah di Kota Bandung yang paling dominan.

B. Landasan Teori

Etika adalah cabang filsafat yang mencari hakikat nilai-nilai baik dan buruk yang berkaitan dengan perbuatan dan tindakan seseorang, yang dilakukan dengan penuh kesadaran berdasarkan pertimbangan pemikirannya (Abdul, Aziz, 2013:20).

Etika berkaitan dengan nilai-nilai, tatacara hidup yang baik, aturan hidup yang baik, dan segala kebiasaan yang dianut dan diwariskan dari satu orang ke orang lain atau dari satu generasi ke generasi yang lain. Menurut kamus Webster "*etik*" adalah suatu ilmu yang mempelajari tentang apa yang baik dan yang buruk secara moral. Adapun "*etika*" adalah ilmu tentang

kesusilaan yang menentukan bagaimana sepatutnya manusia hidup didalam masyarakat yang menyangkut aturan-aturan dan prinsip-prinsip yang menentukan tingkah laku yang benar yaitu baik dan buruk, kewajiban dan tanggung jawab (Abdul Aziz, 2013: 24)

Etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus komit dalam bertransaksi, berperilaku dan berelasi agar tujuan bisnisnya selamat. Selain itu etika bisnis juga dapat diartikan pemikiran tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis yaitu tentang perbuatan baik, buruk terouji tercela, benar, salah, wajar, pantas, tidak pantas, dari perilaku seseorang berbisnis atau bekerja (Badroen, 2006). Etika bisnis merupakan perwujudan dari serangkaian prinsip-prinsip etika normatif ke dalam perilaku bisnis. Secara sederhana mempelajari etika dalam bisnis berarti mempelajari tentang mana yang baik/ buruk, benar/ salah dalam dunia bisnis berdasarkan kepada prinsip-prinsip moralitas. Etika bisnis dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis. Moralitas di sini berarti aspek baik/ buruk, terpuji/ tercela, benar/ salah, wajar/ tidak wajar, pantas/ tidak pantas dari perilaku manusia (Faisal Badroen, 2006:70).

Yusanto dan Wijaya Kusuma (2002:17) mendefinisikan lebih khusus tentang bisnis Islami yaitu serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan hartanya termasuk profit, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram.

Etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk

mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang selanjutnya tentu melanjutkan tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan. Mempelajari kualitas moral kebijaksanaan organisasi, konsep umum dan standart untuk perilaku moral dalam bisnis, berperilaku penuh tanggung jawab dan bermoral. Artinya etika bisnis Islami merupakan suatu kebiasaan atau budaya moral yang berkaitan dengan kegiatan bisnis suatu perusahaan (Abdul Aziz, 2013: 35).

Etika bisnis dalam perspektif Islam adalah penerapan prinsip-prinsip ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah Nabi dalam dunia bisnis. Tuntunan Al-Qur'an dalam berbisnis dapat ditemukan dalam prinsip umum yang memuat nilai-nilai dasar yang dalam aktualisasinya disesuaikan dengan perkembangan zaman, dengan mempertimbangkan ruang dan waktu (Qardhawi, 1997). Menurut Antonio (2011), prinsip dasar etika bisnis Islam terdiri dari 4 prinsip, antara lain :

1. Shiddiq

Shiddiq artinya jujur, ini adalah suatu sifat yang mulia yang menghiasi akhlak seseorang yang beriman kepada Allah dan kepada perkara-perkara yang ghaib. Dalam etika bisnis Islam modern *shiddiq* ini diturunkan menjadi prinsip akuntabilitas.

2. Fathanah

Fathanah artinya cerdas, mustahil bagi seorang Rasul itu bersifat bodoh atau *jahlun*. *Fathanah* dalam berbisnis yaitu mampu berpikir secara jernih dan rasional serta mengambil keputusan dengan cepat dan tepat singkatnya profesionalitas dalam bisnis adalah salah satu bentuk *fathanah*. Sifat *fathanah* ini digunakan untuk mengidentifikasi dan menetapkan hal-hal dan atau kegiatan yang halal, *tayib*,

ikhshan dan tawazun.

3. Amanah

Amanah berarti dapat dipercaya. Jika satu urusan diserahkan kepadanya niscaya orang percaya bahawa urusan itu akan dilaksanakan dengan sebaik-baiknya. *Amanah* dalam berbisnis yaitu menjaga kepercayaan yang diberikan oleh Allah dan orang lain. Dalam berbisnis, pemberian kepercayaan ini diwujudkan dalam berbagai bentuk pertanggungjawaban dan akuntabilitas atas kegiatan-kegiatan bisnis.

4. Tabligh

Tabligh berarti menyampaikan, yaitu menyampaikan risalah dari Allah tentang kebenaran yang harus ditegakkan di muka bumi. Kebenaran risalah ini harus diteruskan oleh umat Islam dari waktu ke waktu agar Islam benar-benar menjadi rahmat bagi alam semesta. Dalam konsep etika bisnis Islam modern *Tabligh* ini sejalan dengan prinsip transparansi dan responsibilitas dimana dalam kegiatan bisnis perusahaan harus terbuka dalam menyampaikan informasi kepada *stakeholder*, keterbukaan ini sekaligus merupakan bentuk pertanggungjawaban perusahaan terhadap *stakeholdernya*.

Pengelolaan adalah proses mengkoordinasikan dan mengintegrasikan semua sumber daya, baik manusia maupun teknikal, untuk mencapai berbagai tujuan khusus yang ditetapkan dalam suatu organisasi. Pengelolaan berasal dari kata manajemen atau administrasi. Hal tersebut seperti yang dikemukakan oleh Nugroho (2003:119), bahwa secara etimologi istilah pengelolaan berasal dari kata kelola (*to manage*) dan biasanya merujuk pada proses mengurus atau menanganisesuatu untuk mencapai tujuan tertentu. Dengan demikian, pengelolaan merupakan ilmu manajemen yang berhubungan dengan proses mengurus dan menangani

sesuatu untuk mewujudkan tujuan tertentu yang ingin dicapai.

Hotel adalah suatu jenis akomodasi yang menggunakan sebagian atau seluruh bangunan yang ada dengan menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman serta jasa penunjang lainnya. Berfungsi sebagai tempat sementara dan disediakan bagi umum, dikelola secara komersial dengan memperhitungkan untung dan ruginya. Serta bertujuan untuk mendapatkan keuntungan berupa uang sebagai tolak ukurnya (Gaffar, 2007).

C. Hasil dan Pembahasan

1. Uji Validitas

Tabel 3. validitas instrument

No	Variabel	Corrected Item-Total Correlation	Rtabel	Ket
1	SH1	0,478	0,330	Valid
2	SH2	0,576	0,330	Valid
3	SH3	0,728	0,330	Valid
4	SH4	0,702	0,330	Valid
5	SH5	0,469	0,330	Valid
6	AM1	0,606	0,330	Valid
7	AM2	0,353	0,330	Valid
8	AM3	0,425	0,330	Valid
9	AM4	0,345	0,330	Valid
10	AM5	0,429	0,330	Valid
11	FA1	0,477	0,330	Valid
12	FA2	0,612	0,330	Valid
13	FA3	0,739	0,330	Valid
14	FA4	0,641	0,330	Valid
15	FA5	0,479	0,330	Valid
16	TA1	0,648	0,330	Valid
17	TA2	0,538	0,330	Valid
18	TA3	0,572	0,330	Valid
19	TA4	0,531	0,330	Valid
20	TA5	0,552	0,330	Valid

Sumber: Hasil Tabulasi Data Studi Lapangan

Berdasarkan hasil tabulasi diatas dapat diketahui bahwa r hitung dari setiap butir pernyataan lebih besar daripada rtabel, dengan begitu dapat dinyatakan bahwa setiap butir pernyataan dalam kuesioner tersebut konsisten dengan apa yang ingin diukur. Oleh karena itu, tidak diperlukan peninjauan kembali atau perubahan pada instrument, dan setiap butir pernyataan tersebut dapat digunakan sebagai instrument penelitian yang tepat dan akurat.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 4 Reliabilitas Instrumen

Variabel	Item	Cronbach's Alpha	Rtabel	Ket
Shiddiq	5	0,803	0,60	Reliabel
Amanah	5	0,676	0,60	Reliabel
Fathanah	5	0,804	0,60	Reliabel
Tabligh	5	0,790	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Tabulasi Data Studi Lapangan

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa keempat prinsip etika bisnis Islam yang digunakan dalam instrumen penelitian tersebut memiliki nilai Cronbach Alpha lebih besar dari rtabel yaitu 0,60. Dengan begitu dapat dinyatakan bahwa keempat prinsip etika bisnis Islam yang diteliti semuanya reliabel atau dapat dipercaya dan konsisten.

3. Analisis Ekonomi

Pada bagian ini akan dilakukan analisis hasil. Sebelum masuk ke pembahasan maka terlebih dahulu dibuat bobot atas hasil pengolahan kuesioner. Dalam tahapan tabulasi data skala likert, akan diperoleh jumlah skor dari setiap indikatornya. Dari hasil akumulasi jumlah skor tersebut kemudian dapat diketahui besaran indeks yang akan menentukan hasil kesimpulan dari setiap variabel yang diteliti. Interval yang digunakan dalam penelitian ini dibuat menjadi 5 kriteria. Adapun cara mencari rank bobot adalah sebagai berikut :

Nilai minimum= Skor Terendah x Jumlah Soal x Jumlah Sampel
 Nilai maksimum = Skor Tertinggi x Jumlah Soal x Jumlah Sampel. Dengan jumlah responden sebanyak 64, maka di peroleh bobot sebagai berikut:
 Nilai minimum = 1 x 5 x 64 = 320
 Nilai maksimum = 5 x 5 x 64 = 1600

Berikut interval klasifikasi respon dari responden sebagai berikut:

Tabel 5. Nilai Interval

No	Persentase Skor	Kriteria
1	320-576	Sangat Rendah
2	576-832	Rendah
3	832-1088	Cukup
4	1088-1344	Tinggi
5	1344-1600	Sangat Tinggi

Sumber: Hasil Tabulasi Data Primer

Analisis Penerapan Etika Bisnis Islami pada pengelolaan Hotel Syariah di Kota Bandung

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh total skor untuk masing-masing prinsip etika bisnis Islam adalah sebagai berikut:

Tabel 6.Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islami

Prinsip	Total Skor	Kriteria
Shiddiq	1070	Cukup
Fathanah	956	Cukup
Amanah	1024	Cukup
Tabligh	1034	Cukup

Sumber: Hasil Tabulasi Data Studi Lapangan

Pada tabel 6 diatas menunjukkan bahwa setiap variabel memperoleh total skor dengan kriteria cukup dan pada variabel Shiddiq memperoleh hasil lebih besar. Hal ini menunjukkan etika bisnis Islam yang paling dominan pada pengelolaan hotel syariah di kota Bandung yaitu Shiddiq dengan skor 1070.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab IV, penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Penerapan etika bisnis Islam pada pengelolaan Hotel Syariah di Kota Bandung sudah berjalan cukup baik. Berdasarkan hasil pengolahan

kuesioner dengan menggunakan metode perhitungan skala likert dan didukung dengan *justifikasi terhadap pihak lain (kosumen atau pengguna jasa layanan)*, diperoleh total skor untuk masing-masing prinsip etika bisnis Islam, yaitu:

- a. Penerapan prinsip *Shiddiq* mendapatkan
 - b. total skor 1070, dengan kategori cukup.
 - c. Penerapan prinsip *Amanah* mendapatkan
 - d. total skor 956, dengan kategori cukup.
 - e. c.Penerapan prinsip *Fathanah* mendapatkan
 - f. total skor 1024, dengan kategori cukup.
 - g. d.Penerapan prinsip *Tabligh* mendapatkan
 - h. total skor 1034, dengan kategori cukup.
2. Berdasarkan capaian total skor dari masing-masing variabel dan didukung dengan *justifikasi terhadap pihak lain (kosumen atau pengguna jasa layanan)* diperoleh prinsip etika bisnis Islam yang paling dominan pada pengelolaan hotel syariah dikota Bandung yaitu prinsip *Shiddiq* dengan total skor sebesar 1070 dengan kategori cukup.

Daftar Pustaka

- Antonio, Syafi'i. 2011. *Ensiklopedia Leadership & Manajemen Muhammad SAW*. Jakarta: Tazkia
- Abdul, Aziz, 2013, *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung : ALFABETA
- Faisal Badroen, 2006, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta; Kencana Perdana Media. Group
- Fauroni, Muhammad R. Lukman, 2002, *Visi Al-Qur'an tentang Etika dan Bisnis*, Jakarta: Salemba Diniyah
- Gaffar, Vanessa. 2007. *CRM dan MPR Hotel (Customer Relationship Management and Marketing Public Relations)*, penerbit, ALFABETA. Bandung
- J. Setiadi, Nugroho, 2003, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana
- Satrija Prajna Essa, Dewi Rahmi, dan Westi Riani, 2018, *Faktor-Faktor yang Menentukan Preferensi Wisatawan dalam Memilih Hotel Syariah di Kota Bandung*. *Prosiding Ilmu Ekonomi* ISSN: 2460-6553