

**IMPLEMENTASI STRATEGI PELAYANAN PRIMA
PADA BISNIS BIRO PERJALANAN WISATA**

PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

**(Studi Terhadap Strategi Bisnis CV. Mitra Inter Nusapada Tour and
Travel Purwokerto-Banyumas)**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E.)

IAIN PURWOKERTO

Oleh:

**MOCHAMAD NUR PUJA
NIM. 1323203012**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PURWOKERTO**

2019

**IMPLEMENTASI STRATEGI PELAYANAN PRIMA
PADA BISNIS BIRO PERJALANAN WISATA
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi Terhadap Strategi Bisnis CV. Mitra Inter Nusapada Tour and Travel
Purwokerto-Banyumas)**

Mochamad Nur Puja
NIM 1323203012
Email: mochamadnurpuja@gmail.com

Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam
Negeri (IAIN) Purwokerto

ABSTRAK

Dalam sebuah perusahaan, pelanggan merupakan salah satu komponen penting dalam menentukan dan mencapai kemajuan perusahaan. Pelanggan dikatakan sebagai raja karena pelanggan adalah pembeli. Hukum tersebut berlaku pula pada perusahaan biro wisata. Sebagai salah satu jenis dari usaha jasa pariwisata, biro perjalanan wisata memiliki peran sebagai jembatan penghubung antara wisatawan dengan penyedia jasa akomodasi, restoran, operator adventure tour, operator pariwisata dan lain-lain. Dengan adanya biro perjalanan wisata, diharapkan dapat mempermudah kegiatan wisata para wisatawan itu sendiri.

CV Mitra Inter nusapada Tour & Travel atau yang lebih dikenal dengan Mitra Tour adalah perusahaan yang bergerak dibidang pariwisata. Mitra Tour memiliki motto sekaligus acuan dalam kinerja perusahaan yaitu menjadi *"Your Comfort Travel Partner"* bagi pelanggan. Pelayanan terbaik sesuai standar pemerintah yang diberikan Mitra Tour pada pelanggan selaras pengertian pelayanan prima yaitu suatu pelayanan yang memenuhi standar kualitas yang sudah di tentukan. Oleh karenanya untuk mewujudkan pelayanan terbaik, sebuah perusahaan harus memiliki strategi. Yang dimaksud strategi di sini ialah langkah-langkah tertentu yang harus dijalankan oleh suatu organisasi ataupun perusahaan untuk mencapai sasaran dan tujuan dalam penentu jangka panjang. Tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan mempunyai konsekuensi berupa complain atau loyalitas pelanggan. Dengan terciptanya kepuasan pelanggan yang optimal maka akan mendorong terciptanya loyalitas di benak pelanggan yang merasa puas tersebut.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan jenis penelitian lapangan (field research) dan menggunakan teknik analisis triangulasi: reduksi data, display data baru kemudian penarikan kesimpulan. Sedangkan dalam pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian yang dilakukan penulis dapat disampaikan bahwa strategi pelayanan prima yang dilakukan oleh Mitra Tour Purwokerto, dilakukan dengan baik yaitu dengan melayani pelanggan dengan ramah dan sopan, dan hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas dengan kinerja dari tim Mitra Tour. Pelaksanaan bisnis juga sesuai dengan etika bisnis yang ada di dalam agama islam yang memuat nilai-nilai kebaikan, kejujuran, dan kemashlahatan bersama

Kata Kunci: Pelayanan Prima, Mitra Tour, Etika Bisnis Islam

**IMPLEMENTASI STRATEGI PELAYANAN PRIMA
PADA BISNIS BIRO PERJALANAN WISATA
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi Terhadap Strategi Bisnis CV. Mitra Inter Nusapada Tour and Travel
Purwokerto-Banyumas)**

Mochamad Nur Puja
NIM 1323203012
Email: mochamadnurpuja@gmail.com

Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam
Negeri (IAIN) Purwokerto

ABSTRACT

In a company, the customer is one important component in determining and achieving company progress. The customer is said to be king because the customer is the buyer. This law also applies to travel agency companies. As one type of tourism service business, travel agents have a role as a connecting bridge between tourists and accommodation service providers, restaurants, adventure tour operators, tourism operators and others. With the existence of a travel agency, it is hoped that it can facilitate the tourist activities themselves.

CV Mitra Inter Nusantara Tour & Travel or better known as Mitra Tour is a company engaged in tourism. Mitra Tour has a motto and a reference in the company's performance, which is to become "Your Comfort Travel Partner" for customers. The best service according to government standards provided by Mitra Tour to customers is in line with the understanding of excellent service, which is a service that meets specified quality standards. Therefore, to realize the best service, a company must have a strategy. The definition of strategy here is certain steps that must be carried out by an organization or company to achieve the goals and objectives in determining long-term. The level of satisfaction felt by the customer has consequences in the form of customer complaints or loyalty. With the creation of optimal customer satisfaction, it will encourage the creation of loyalty in the minds of satisfied customers.

This research was conducted using the type of field research and using triangulation analysis techniques: data reduction, new data display then drawing conclusions. While in data collection using observation, interviews and documentation.

The results of the research conducted by the author can be conveyed that the prime service strategy carried out by Mitra Tour is done well, namely by serving customers in a friendly and polite manner, and the results of the study show that customers are satisfied with the performance of the Mitra Tour's team. Business conduct is also in accordance with business ethics that exist in Islam which contains the values of goodness, honesty, and mutual benefit.

Keywords: Excellent Service, Mitra Tour, Islamic Business Ethics

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
PENGESAHAN.....	iv
NOTA DINAS PEMBIMBING	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI	vii
ABSTRAK	xi
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Definisi Operasional.....	5
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
E. Kajian Pustaka	9
F. Sistematika Penulisan	12
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Strategi Pelayanan Prima.....	14
B. Biro Perjalanan Wisata	29
C. Etika Bisnis Islam	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	46

	B. Tempat dan Waktu Penelitian	46
	C. Subjek dan Objek Penelitian	46
	D. Sumber Data.....	47
	E. Teknik Pengumpulan Data	48
	F. Teknik Analisis Data.....	50
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Gambaran Umum CV Mitra Internusapada Tour and Travel.....	52
	B. Analisis Strategi Pelayanan Prima CV Mitra Internusapada	58
	C. Bisnis CV Mitra Internusapada Dalam Sudut Pandang Ekonomi Dan Bisnis Islam.....	65
BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan.....	70
	B. Saran	71
	C. Penutup	71
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	

IAIN PURWOKERTO

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan seluruh kegiatan, fasilitas dan pelayanan yang diakibatkan oleh adanya perpindahan perjalanan sementara dari seseorang ke luar dari tempat tinggalnya, serta tinggal dalam waktu singkat di tempat tujuan dari perjalanan, untuk tujuan bersenang-senang dan berlibur. Pariwisata sering didefinisikan sebagai suatu kegiatan perjalanan yang lebih banyak berkaitan dengan kegiatan-kegiatan santai dan untuk bersenang-senang. Pendapat lain juga mengatakan bahwa pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk rekreasi atau liburan, dan juga persiapan yang dilakukan untuk aktivitas ini.¹ Dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah kegiatan perjalanan ke suatu tempat tertentu dalam kurun waktu tertentu untuk tujuan berlibur dan bersenang-senang.

Negara Indonesia merupakan salah satu kawasan yang memiliki daya tarik wisata yang unik, indah, dan langka di dunia. Daya tarik wisata ini berupa keindahan alam, seni, budaya, adat istiadat, benda-benda bersejarah, dan sebagainya. Pemerintah saat ini sedang menata dan mengembangkan segala potensi daya tarik wisata tersebut. Tujuan pengembangan daya tarik wisata ini adalah sebagai upaya pelestarian budaya serta menjadi identitas kebanggaan bangsa Indonesia di dunia internasional. Selain itu, keanekaragaman daya tarik wisata juga memberikan kontribusi besar dalam meningkatkan devisa bagi daerah maupun negara selain komoditi alam lainnya.²

Dengan banyaknya daya tarik wisata diharapkan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat serta menambah devisa bagi daerah atau negara. Keberadaan pariwisata dapat juga memperluas serta membuka

¹U.E Wardhani dkk, "*Usaha Jasa Pariwisata Jilid 1 Untuk SMK*", (Jakarta: Direktorat Pembinaan SMK Direktorat Jenderal Manajemen Pendidikan Dasar dan Menengah, Departemen Pendidikan Nasional, 2008), hlm 6, diakses melalui bse.mahoni.com.pdf

²Ni Kadek Widyastuti dkk, "*Pariwisata Spiritual (Daya Tarik Wisata Palasari Bali)*", (Denpasar: Pustaka Larasan, 2017), hlm 1, diakses melalui www.researchgate.net

lapangan kerja baru secara khusus yang berkompetensi dalam industri pariwisata.³

Industri pariwisata merupakan salah satu industri terbesar dan merupakan sektor jasa dengan tingkat pertumbuhan paling pesat di dunia saat ini. Peningkatan jumlah destinasi dan investasi dalam pembangunan pariwisata, telah mengubah pariwisata sebagai penggerak utama (*key driver*) kemajuan sosio-ekonomi suatu negara melalui penerimaan devisa, penciptaan lapangan pekerjaan dan kesempatan berusaha, dan pembangunan infrastruktur. Organisasi pariwisata dunia (UNWTO) memperkirakan pada tahun 2030 wisatawan internasional akan mencapai 1,8 milyar dengan tingkat pertumbuhan kunjungan diperkirakan 3,3 persen per tahun. Untuk wilayah Asia Pasifik diperkirakan dapat dicapai pertumbuhan yang lebih tinggi yaitu 4,9 persen. Bahkan, di negara tertentu ditemukan pertumbuhan yang jauh lebih tinggi dapat tercapai.⁴

Dalam UU Nomor 10 tahun 2009 bab 1 pasal 1 dijelaskan bahwa Usaha Pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata. Pengusaha Pariwisata adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha pariwisata.⁵

Dalam menjalankan perannya, industri pariwisata harus menerapkan konsep dan peraturan serta panduan yang berlaku dalam pengembangan pariwisata agar mampu mempertahankan dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan yang nantinya bermuara pada pemberian manfaat ekonomi bagi industri pariwisata dan masyarakat lokal. Di dalam industri pariwisata yang sangat berperan dalam pengembangan pariwisata adalah: biro perjalanan

³Ni Kadek Widyastuti dkk, "*Pariwisata Spiritual (Daya Tarik Wisata Palasari Bali)*", (Denpasar: Pustaka Larasan, 2017) hlm 3-4.

⁴Tim Penyusun, *Neraca Satelit Pariwisata Nasional (Nesparnas)*, (t.t : Pusat Data Kemenpar, 2013) hlm 2-3.

⁵<http://www.kemenpar.go.id/asp/detil.asp?c=33&id=676>

wisata, hotel dan restoran. Selain itu juga didukung oleh industri-industri pendukung pariwisata lainnya.⁶

Sebagai salah satu jenis dari usaha jasa pariwisata, biro perjalanan wisata memiliki peran sebagai jembatan penghubung antara wisatawan dengan penyedia jasa akomodasi, restoran, operator adventure tour, operator pariwisata dan lain-lain.⁷ Dengan adanya biro perjalanan wisata, diharapkan dapat mempermudah kegiatan wisata para wisatawan itu sendiri.

Salah satu biro perjalanan wisata di kota Purwokerto adalah “Mitra Inter Nusapada Tour & Travel” atau lebih dikenal dengan “Mitra Tour”. Mitra Tour merupakan biro perjalanan wisata yang telah beroperasi sejak tahun 2003. Dengan paket wisata yang menarik Biro Perjalanan Wisata Mitra Tour berhasil membawa berbagai jenis rombongan wisatawan mulai dari sekolah, instansi maupun institusi.

Sebagai contoh, beberapa instansi pemerintahan yang telah menggunakan jasa Mitra Tour antara lain: BPKAD Cilacap, PNPM Kecamatan Jatilawang, Wangon, Sumpiuh, Gumelar, dan Kedungbanteng, RSUD Ajibarang. Kemudian dari luar instansi pemerintahan seperti BRI Cabang Patimuan Semarang, BRI Cabang Wonosari Yogyakarta, FIF Banyumas, dan Bizznet Banyumas. Beberapa sekolah yang menjadi langganan Mitra Tour di antaranya: MAN 1 dan 2 Banyumas SMA Negeri 3 Purwokerto, SMA Negeri Bukateja, SMK Negeri Bobotsari. Di samping instansi pemerintah dan swasta, Mitra Tour juga banyak melayani jasa perjalanan wisata kelompok masyarakat, keluarga, maupun Individu.⁸

Berdasarkan begitu variatifnya segmen pelanggan dari Mitra Tour, dapat dikatakan bahwa Biro Perjalanan Mitra Tour merupakan biro yang kompeten, dan memiliki kualitas pelayanan yang tinggi serta dipercaya dapat selalu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya. Hal ini menjadi

⁶<https://subadra.wordpress.com/2007/08/26/bali-tourism-watch-peran-industri-pariwisata-dalam-pembangunan-pariwisata/>

⁷<https://subadra.wordpress.com/2007/08/26/bali-tourism-watch-peran-industri-pariwisata-dalam-pembangunan-pariwisata/>

⁸ Dokumentasi internal Mitra Tour and Travel

penting karena upaya meningkatkan kinerja pelayanan merupakan kunci sukses suatu perusahaan.⁹

Program pelayanan kepada pelanggan dengan bertitik tolak dari konsep kepedulian kepada pelanggan yang terus dikembangkan sedemikian rupa, sehingga sekarang ini program layanan/pelayanan telah menjadi salah satu alat utama dalam melaksanakan strategi pemasaran untuk memenangkan persaingan. Kepedulian kepada pelanggan dalam manajemen modern telah dikembangkan menjadi suatu pola layanan terbaik yang disebut sebagai layanan prima atau pelayanan prima.¹⁰

Layanan prima atau *service excellence* bertitik tolak pada upaya pelaku bisnis untuk memberikan layanan terbaiknya sebagai wujud kepedulian perusahaan kepada pelanggan/konsumen. Secara sederhana, pelayanan prima adalah suatu pelayanan terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Dengan kata lain, pelayanan prima merupakan suatu pelayanan yang memenuhi standar kualitas yang sudah ditentukan.¹¹

Pelaksanaan layanan istimewa atau pelayanan prima oleh pihak perusahaan terhadap para pelanggan, baik itu yang ditujukan untuk pelanggan intern maupun pelanggan ekstern mempunyai peran penting dalam bisnis karena kelangsungan perusahaan sangat tergantung dari loyalitas para pelanggan kepada perusahaan.¹² Pelanggan merupakan fokus utama dalam menjalankan pelayanan prima, oleh karena itu, dalam hal ini pelanggan memegang peranan cukup penting dalam mengukur pelayanan yang diberikan perusahaan.¹³

⁹Agtovia Frimayasa, "Konsep Dasar dan Strategi Pelayanan Prima (Service Excellent) Pada Perusahaan Telekomunikasi Indosat Ooredoo", Jurnal Cakrawala Vol XVII No 1 Maret 2017. <https://ejournal.bsi.ac.id.pdf>

¹⁰Atep Adya Barata, *Dasar-dasar Pelayanan Prima* (Jakarta:PT Elex Media Komputindo, 2003), hlm. 25

¹¹Freddy Rangkuti, *Customer care Excellence* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2017) hlm 49

¹²Freddy Rangkuti, *Customer care Excellence* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2017) hlm 32.

¹³Agtovia Frimayasa, "Konsep Dasar dan Strategi Pelayanan Prima (Service Excellent) Pada Perusahaan Telekomunikasi Indosat Ooredoo", Jurnal Cakrawala Vol XVII No 1 Maret 2017. <https://ejournal.bsi.ac.id.pdf> hlm. 45

Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terhadap suatu produk atau layanan akan berpengaruh pada pola perilaku konsumen selanjutnya. Hal ini dapat ditunjukkan pelanggan sebelumnya, pada saat mengkonsumsi/membeli atau setelah terjadi proses pembelian/mengkonsumsi produk/layanan. Apabila pelanggan merasa puas, maka dia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama, dan cenderung akan memberikan referensinya terhadap produk kepada orang lain. Pelanggan yang tidak puas (*dissatisfied*) dapat melakukan tindakan pengembalian produk, bahkan mengajukan komplain kepada perusahaan. Tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan mempunyai konsekuensi berupa komplain atau loyalitas pelanggan. Dengan terciptanya kepuasan pelanggan yang optimal maka akan mendorong terciptanya loyalitas di benak pelanggan yang merasa puas tersebut.¹⁴

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk mengangkat penelitian dengan judul: “Implementasi Strategi Pelayanan Prima Pada Bisnis Jasa Biro Perjalanan Wisata Perspektif Etika Bisnis Islam(Studi Terhadap Strategi Bisnis CV. Mitra Inter Nusapada Tour and Travel Purwokerto)”. Hal ini penulis maksudkan guna mengetahui seputar penerapan strategi pelayanan prima yang dilakukan Biro Perjalanan Wisata Mitra Tour Purwokerto serta model bisnisnya dilihat melalui prespektif etika bisnis Islam.

B. Definisi Operasional

Penulis akan menjelaskan mengenai istilah-istilah yang digunakan agar tidak terjadi perbedaan penafsiran. Juga memberikan arah, tujuan, dan apa yang ingin dicapai dalam penelitian, antara lain:

1. Strategi Pelayanan Prima

Menurut Stoner konsep strategi dapat di definisikan berdasarkan dua perspektif yang berbeda. Berdasarkan perspektif yang pertama, strategi didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan

¹⁴Henry Irawan, “Membangun Kepuasan Pelanggan Melalui Pelayanan Prima (Studi Kasus Di Spbu 44.581.05 Wirosari – Grobogan)”, diakses melalui eprints.undip.ac.id

organisasi dan mengimplementasikan misinya. Makna strategi yang pertama ini adalah bahwa manajer memainkan peranan yang aktif, sadar dan rasional dalam merumuskan strategi organisasi. Berdasarkan strategi yang kedua, strategi didefinisikan sebagai pola tanggapan atau respon organisasi terhadap lingkungannya sepanjang waktu. Pada definisi ini, setiap organisasi pasti memiliki strategi.¹⁵

Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani *strategia* (*stratos*= militer; dan *ag* = memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Konsep ini relevan dengan situasi pada zaman dulu yang sering diwarnai perang, di mana jenderal dibutuhkan untuk memimpin suatu angkatan perang agar dapat selalu memenangkan perang. Konsep Sun Tzu, Hannibal, dan Carl Von Clausewitz dalam konteks bisnis strategi menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya dan usaha suatu organisasi. Berdasarkan perspektif tersebut strategi dapat didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan mengimplementasikan misinya.

Pelayanan prima merupakan terjemahan dari istilah *excellent service* yang secara harfiah berarti pelayanan yang sangat baik atau pelayanan yang terbaik. Disebut sangat baik atau terbaik, karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki oleh instansi yang memberikan pelayanan serta memuaskan pelanggan. Instansi pelayanan harus memiliki standar pelayanan yang dapat menjadi ukuran dalam memuaskan pelanggan. Pelayanan disebut sangat baik atau terbaik atau akan menjadi prima, manakala dapat atau mampu memuaskan pihak yang dilayani (pelanggan).¹⁶

¹⁵Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2002), hlm. 3

¹⁶Malayu S. P Hasibuan, *Dasar-dasar Perbankan*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2007), hlm

Pelayanan prima adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik.¹⁷ *Excellent service* bertitik tolak pada upaya pelaku bisnis untuk memberikan layanan terbaiknya sebagai wujud kepedulian perusahaan terhadap pelanggan/konsumen.¹⁸ Dari beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa Strategi Pelayanan Prima adalah sejumlah program terbaik yang dilakukan pelaku usaha bisnis untuk memberikan layanan terbaiknya sebagai wujud kepedulian perusahaan terhadap pelanggan/konsumen.

2. Etika Bisnis Islam

Kata etika secara etimologi berasal dari bahasa Yunani kuno yaitu *ethos* yang memiliki arti kebiasaan, adat, akhlak, watak, perasaan, sikap, cara berpikir.¹⁹ Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, etika adalah (1) kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak, atau (2) nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat. Jadi pengertian etika adalah ilmu tentang apa yang baik dan buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak) yang menjadi acuan bertindak bagi seseorang.

Menurut Rafik Issa Bekum dalam buku *Islamic Business and Economic Ethics*, etika dapat didefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan baik dan buruk. Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normatif, karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan oleh seorang individu. Etika merupakan suatu ilmu yang mendalami standar moral perorangan dan standar moral di dalam masyarakat.

Etika merupakan suatu konsepsi mengenai tindakan yang benar dan salah. Etika memberikan panduan apakah suatu perilaku tertentu dapat

¹⁷ Atep Adya Barata, *Dasar-dasar Pelayanan Prima* (Jakarta:PT Elex Media Komputindo, 2003), hlm 27

¹⁸ Freddy Rangkuti, *Customer care Excellence* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2017) hlm. 49

¹⁹ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Walisongo Press, 2009) hlm. 131

digolongkan sebagai perilaku yang bermoral atau tidak bermoral.²⁰ Etika didefinisikan secara umum adalah sebagai suatu usaha yang sistematis dengan menggunakan rasio atau ukuran untuk menafsirkan pengalaman moral individual dan sosial sehingga dapat menetapkan aturan untuk mengendalikan perilaku manusia serta nilai-nilai yang dapat dijadikan acuan.

Dari penjelasan di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa etika adalah suatu hal yang dilakukan secara benar dan baik, tidak melakukan suatu keburukan, melakukan hak dan kewajiban sesuai dengan norma, dan melakukan segala sesuatu dengan penuh rasa tanggung jawab. Sedangkan dalam Islam etika adalah akhlak seorang muslim dalam melakukan semua kegiatan termasuk dalam bidang bisnis. Oleh karena itu, apabila ingin selamat dunia dan akhirat diharuskan menggunakan etika dalam keseluruhan aktivitas bisnis.

3. Bisnis Usaha Biro Perjalanan Wisata

Biro perjalanan wisata sebagai salah satu jenis usaha jasa pariwisata menghasilkan produk yang mengacu pada kepuasan dan kebutuhan wisatawan. Produk tersebut adalah produk yang mengandung aspek semua jasa yang dibutuhkan wisatawan, sejak berangkat hingga kembali.²¹

Biro perjalanan wisata adalah suatu badan usaha yang secara khusus mengatur serta menyelenggarakan perjalanan maupun persinggahan orang-orang termasuk kelengkapan perjalanannya, dari satu tempat ke tempat lain, baik di dalam negeri, dari dalam negeri, ke luar negeri atau dalam negeri itu sendiri.²²

²⁰Ismail Solihin, *Pengantar Bisnis Pengenalan Praktis dan Studi Kasus*,(Jakarta:Kencana, 2006) hlm. 103

²¹U.E Wardhani Dkk, "*Usaha Jasa Pariwisata.Jilid 2 Untuk SMK* ", (Jakarta: Direktorat Pembinaan SMK Direktorat Jenderal Manajemen Pendidikan Dasar dan Menengah, Departemen Pendidikan Nasional, 2008), hlm. 408, diakses melalui *BSE.Mahoni.com.pdf*

²²Daniel Teguh Kurniawanto, *Nekad Bisnis Tour & Travel*, (Yogyakarta: Andi OFFSET, 2015), hlm. 76

Biro Perjalanan Wisata adalah usaha yang merencanakan perjalanan dan sekaligus penyelenggaraan wisata yang kegiatannya meliputi :

- 1) Penyusunan dan penyelenggaraan Paket Wisata
- 2) Penyediaan pelayanan wisata
- 3) Pemesanan akomodasi, restoran dan sarana lainnya
- 4) Penyelenggaraan perlengkapan perjalanan (dokumen) wisata²³

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi focus kajian dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi pelayanan prima yang diterapkan oleh CV. Mitra Inter Nusapada Tour & Travel?
2. Bagaimana model bisnis CV. Mitra Inter Nusapada Tour & Travel dilihat dari sudut pandang etika bisnis Islam?

D. Tujuan dan manfaat penelitian

1. Tujuan penelitian
 - a. Untuk mengetahui kesesuaian penerapan strategi pelayanan prima yang diterapkan oleh CV. Mitra Inter Nusapada Tour & Travel dengan etika bisnis Islam.
 - b. Untuk mengetahui dan melihat lebih jauh tentang model bisnis CV. Mitra Inter Nusapada Tour & Travel berdasar sudut pandang etika bisnis Islam.
2. Manfaat penelitian
 - a. Dapat menambah wacana dan pengetahuan bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya tentang bagaimana strategi pelayanan prima yang diterapkan oleh CV. Mitra Inter Nusapada *Tour & Travel*.

²³U.E Wardhani Dkk, "Usaha Jasa Pariwisata. Jilid 2 Untuk SMK ", (Jakarta: Direktorat Pembinaan SMK Direktorat Jenderal Manajemen Pendidikan Dasar dan Menengah, Departemen Pendidikan Nasional, 2008) hlm. 409

- b. Sebagai salah satu sumbangan bagi pengembang teoritis terutama terhadap kajian yang berhubungan dengan masalah strategi pelayanan prima yang diterapkan oleh CV. Mitra Inter Nusapada *Tour & Travel*.

E. Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan telaah mengenai teori-teori yang diperoleh dari pustaka-pustaka yang berkaitan dan mendukung dengan penelitian yang akan dilakukan. Oleh karena itu pada bagian ini akan dikemukakan beberapa teori dan hasil penelitian yang relevan dengan penelitian ini antara lain:

Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
Laras Ayu Wulandari	Strategi Pelayanan Prima oleh Customer Service Guna Mencapai Kepuasan Nasabah di Bank BNI Syariah Purwokerto	Pelayanan prima	-Objek penelitian yang dilakukan - Sudut pandang kajian
Nurhidayah Sulaiman	Strategi Pelayanan Prima pada Percetakan Izbick Desa Bajing Kulon Kecamatan Kroya Dalam Perspektif Islam	Strategi pelayanan prima yang dilakukan suatu perusahaan	-Tempat penelitian yang digunakan -Sudut pandang kajian
Muhammad Asfaal Fuad	Pelayanan Biro Wisata Parikesit Tour Semarang	Sama-sama meneliti strategi pelayanan prima	- Titik fokus tujuan strategi pelayanan

	dalam Upaya Peningkatan Religiusitas Wisatawan	biro perjalanan wisata.	- Tempat penelitian - Sudut pandang kajian
Mohamad Mulki Fathuloh	Strategi Pelayanan Prima Dalam Upaya Menghimpun Dana Pada Produk Deposito Mudharabah di BPRS Buana Mitra Perwira, Pubalingga	Pembahasan tentang strategi pelayanan prima	- Tempat penelitian - Sudut pandang kajian

Selain beberapa penelitian di atas, penulis juga berpijak pada sejumlah buku yang membahas tentang strategi pelayanan prima dan bisnis biro perjalanan wisata, di antaranya adalah:

Atap Edya Barata dalam bukunya *Dasar-Dasar Pelayanan Prima* menjelaskan mengenai pengertian, konsep dan proses mengenai pelayanan prima. Menurut Atep Edya Barata pelayanan prima adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada organisasi/perusahaan.²⁴

Freddy Rangkuti dalam bukunya *Customer Care Excellence* menjelaskan mengenai perilaku konsumen, *service quality* dan efektifitas pelayanan prima. Menurut Freddy tujuan utama *customer care* adalah menciptakan “*advocate customer*”, yaitu pelanggan yang memiliki ikatan kuat dengan perusahaan karena perusahaan yang bersangkutan dapat memberikan

²⁴Atep Adya Barata, *Dasar-dasar Pelayanan Prima* (Jakarta:PT Elex Media Komputindo, 2003) hlm, 27

solusi total serta mampu memberikan pengalaman berkesan yang mencengangkan dibandingkan dengan perusahaan lain.²⁵

U. E Wardhani dkk dalam bukunya *Usaha Jasa Pariwisata Jilid 2* menjelaskan tentang jenis dan karakteristik usaha jasa pariwisata dan pengoperasiannya. Salah satu jenis dari usaha jasa pariwisata adalah usaha jasa biro perjalanan wisata yang didefinisikan sebagai usaha jasa komersial, yang mengatur, menyediakan dan menyelenggarakan pelayanan bagi seseorang, atau kelompok orang (*group*) untuk melakukan perjalanan dengan tujuan utama untuk berwisata.²⁶

Berdasarkan hasil penelusuran terhadap penelitian terdahulu, dapat diketahui bahwasannya penelitian yang penulis laksanakan ini memiliki perbedaan pada objek, subjek, serta sudut pandangnya. Oleh karenanya, penelitian penulis dapat dilaksanakan serta dapat dipertanggungjawabkan.

F. Sistematika Penulisan

Supaya dapat mempermudah dalam memahami pembahasan secara menyeluruh, maka penulis membagi penelitian ini menjadi lima bab. Secara umum gambaran sistematika sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, yang meliputi latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori, mengenai strategi pelayanan prima, meliputi, definisi, konsep, manfaat dan hal-hal yang berkaitan dengan strategi pelayanan prima, bisnis jasa biro perjalanan wisata, dan etika bisnis Islam.

Bab III Metode Penelitian, yang meliputi jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, instrumen penelitian, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

²⁵Freddy Rangkuti, *Costumer care Excellence* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2017) hlm x

²⁶U.E Wardhani Dkk, "*Usaha Jasa Pariwisata. Jilid 2 Untuk SMK* ", (Jakarta: Direktorat Pembinaan SMK Direktorat Jenderal Manajemen Pendidikan Dasar dan Menengah, Departemen Pendidikan Nasional, 2008) hlm. 409

Bab IV Pembahasan Hasil Penelitian, berisi gambaran umum tempat penelitian dan penjelasan dari isi pembahasan dari penelitian ini.

Bab V Penutup, yang mencakup kesimpulan dari pembahasan, saran-saran serta kata penutup sebagai akhir dari isi pembahasan.



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, penulis memberikan beberapa kesimpulan, antara lain:

1. Konsep pelayanan dan strategi pelayanan yang diterapkan oleh Biro Perjalanan Wisata CV. Mitra Inter Nusapada Mitra *Tour & Tour* bukan hanya untuk mendapatkan pelanggan akan tetapi supaya mampu memberikan kemudahan dan kenyamanan wisatawan sehingga menjadikan kepuasan bagi pelanggan. CV. Inter Nusapada Mitra *Tour & Tour* memberikan kepuasan kepada wisatawan/konsumen menggunakan sistem dan strategi pelayanan prima untuk memberikan lebih dari apa yang diinginkan oleh pelanggan. Dengan menerapkan pelayanan prima menjadikan Biro Perjalanan Wisata CV. Mitra Inter Nusapada Mitra *Tour & Tour* mempunyai kualitas pelayanan yang tinggi, bersifat fleksibel dan menanggapi dengan cepat dan tepat permintaan wisatawan.

Strategi pelayanan prima yang digunakan CV. Inter Nusapada Tour Travel dalam meningkatkan kepuasan pelanggan adalah (1) Menjadikan *Tour Leader* sebagai determinan utama kualitas layanan, (2) Mengelola ekspektasi pelanggan melalui kemudahan pelayanan informasi paket wisata secara *online*, (3) Mengelola bukti kualitas layanan melalui adanya *follow up* tentang kesan dan pesan pelanggan terhadap pelayanan biro, (4) Menumbuhkembangkan budaya kualitas melalui kerjasama dengan himpunan (agensi) pariwisata baik lokal maupun nasional.

2. Dalam temuan penulis, model bisnis yang dijalankan oleh Mitra Tour sejalan dengan etika bisnis Islam. Hal ini dapat dilihat dari pelaksanaan bisnis tersebut yang telah memenuhi beberapa prinsip dasar berupa: kesatuan, keseimbangan dan keadilan, kehendak bebas dan tanggung jawab. Di samping itu, dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan,

Mitra Tour menerapkan standar: Bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.

B. Saran

Peningkatan kualitas layanan pada seluruh lini perusahaan terus dilakukan, walaupun secara keseluruhan sudah tergolong baik. Untuk meningkatkan kinerja karyawan sesuai dengan harapan perusahaan dan konsumen sebaiknya perusahaan melakukan pelatihan (*training*) agar karyawan dapat memperbaiki penguasaan berbagai keterampilan dan teknik pelaksanaan kerja tertentu dalam menghadapi kebutuhan dalam berbagai keadaan dan karakter konsumen yang beragam. Selanjutnya bagi akademisi atau peneliti berikutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap pelanggan.

Demikian kesimpulan dan saran dari penelitian yang dilakukan penulis, semoga CV. Mitra Inter Nusapada Mitra *Tour & Travel* semakin berkembang, maju dan dapat terus melangsungkan aktivitas bisnisnya dengan baik.

C. Penutup

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas segala limpahan rahmat, hidayah dan ridho-Nya penulis dapat melaksanakan seluruh aktivitas akademik di jenjang perguruan tinggi dengan diakhiri oleh terselesaikannya penulisan skripsi ini. *Shalawat* serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Idola sejati Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan pengikutnya hingga akhir zaman.

Penulis menyadari akan adanya kekurangan dan kelemahan dalam isi skripsi ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran konstruktif dari semua pihak demi kebaikan penulisan skripsi ini.

Akhirnya, penulis mohon maaf atas segala keterbatasan, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan bagi penulis pada khususnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Adya Barata, Atep. 2003. *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Jakarta:PT Elex Media Komputindo.
- Aliyyah Apriyani, Dwi. dan Sunarti. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsume (Survei Pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo)”. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol. 51 No. 2 Oktober 2017| administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id diakses pada 25 Mei 2019 pukul 07.10 WIB
- Aminudin. 2001. *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Andriana, Atik. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen CV. Mufidah)*. kim.ung.ac.id, diakses pada 29 Juni 2019 pada pukul 15.08 WIB
- Arikunto, Suharsimi. 2005. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asfaal Fuad, Muhammad. *Pelayanan Biro Wisata Parikesit Tour Semarang dalam Upaya Peningkatan Religiusitas Wisatawan*, Skripsi, (Semarang: UIN Walisongo Semarang, 2015), diakses melalui digilib.uinwalisongo.ac.id pada 11 September 2018 pukul 11.02 WIB.
- Austerity Ardana, Antonius. 2010. “Perbedaan Tanggapan Konsumen Terhadap Pelayanan Biro Perjalanan Wisata Ditinjau Dari Asal Wisatawan, Jenis Pekerjaan, Dan Tingkat Pendidikan (Studi Kasus: Biro Perjalanan Wisata Angsa Indonesia Tours And Travel Yogyakarta)”. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Sanatha Dharma Yogyakarta diakses melalui repository.usd.ac.id pada 11 September 2018 pukul 13.06 WIB.
- Ayu Wulandari, Laras. 2017. “Strategi Pelayanan Prima Oleh Customer Service Guna Mencapai Kepuasan Nasabah Di Bank Bni Syari’ah Purwokerto”. Tugas Akhir. Purwokerto: IAIN Purwokerto.
- Ayu Wulandari, Laras. *Strategi Pelayanan Prima oleh Customer Service Guna Mencapai Kepuasan Nasabah di Bank BNI Syariah Purwokerto*, Laporan Tugas Akhir, (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2017).

- Bungin, Burhan. 2009. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*, Cetakan ketiga. Jakarta: Kencana.
- Frimayasa, Agtovia. “Konsep Dasar dan Strategi Pelayanan Prima (Service Excellent) Pada Perusahaan Telekomunikasi Indosat Ooredoo”, *Jurnal Cakrawala* Vol XVII No 1 Maret 2017. <https://ejournal.bsi.ac.id.pdf>, diakses pada 24 Agustus 2018 pukul 11.37 WIB.
- Hadi, Sutrisno. 2004. *Metodologi Research: Untuk Penulisan Laporan Sekripsi, Thesis, dan Disertasi, Jilid I*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Haryono, Budi. 2016. *How To Win Customer Through Customer Service With Heart*. Yogyakarta : Andi OFFSET.
- <http://www.kemenpar.go.id/asp/detil.asp?c=33&id=676> diakses tanggal 1 Mei 2018 jam 17.23 WIB.
- <https://subadra.wordpress.com/2007/08/26/bali-tourism-watch-peran-industri-pariwisata-dalam-pembangunan-pariwisata/> diakses tanggal 11 April 2018 jam 20.40 WIB.
- Irawan, Henky. “Membangun Kepuasan Pelanggan Melalui Pelayanan Prima (Studi Kasus Di Spbu 44.581.05 Wirosari –Grobogan)”, diakses melalui eprints.undip.ac.id pada 22 Mei 2019 pada pukul 13.07 WIB.
- J. Moleong, Lexy. *Metode Penelitian Kualitatif*. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mahmus.2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Pustaka Setia.
- Maria, Monica dan Mohamad Yusak Anshori .” Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake”. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan* Tahun 6. No. 1, April 2013. e-journal.unair.ac.id diakses pada 22 Mei 2019 pukul 16.05 WIB.
- Mulki Fathuloh, Moh. 2017. *Strategi Pelayanan Prima Dalam Upaya Menghimpun Dana Pada Produk Deposito Mudharabah Di Bprs Buana Mitra Perwira Purbalingga*. Tugas Akhir. Purwokerto: IAIN Purwokerto.
- Narbuko, Kholid. dan Abu Ahmadi. *Metode Penelitian*. 1997. Jakarta: Bumi Aksara.

- Ni Kadek Widyastuti dkk, *Pariwisata Spiritual (Daya Tarik Wisata Palasari Bali)*, (Denpasar: Pustaka Larasan, 2017), hlm 1, diakses melalui www.researchgate.net pada 19 September 2018 pada pukul 11.51 WIB.
- Rangkuti, Freddy. 2017. *Customer care Excellence*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. *Customer Care Excellence Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rhadiyah, Kamilina. Penerapan Promotional Mix Pada Biro Perjalanan Umroh/ Haji Shafira Tour And Travel Surabaya Menurut Perspektif Islam .Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan Vol. 3 No. 1 Januari 2016: 1-15. e-journal.ac.id diakses pada 24 Mei 2019 pada 07.12 WIB.
- S. P Hasibuan, Malayu. 2007. *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Salusu, J. *Pengambilan Strategik*. 1996. Jakarta: Gramedia Utama, 1996.
- Soehadha, M. 2008. *Metodologi Penelitian Sosiologi Agama*. Yogyakarta: Teras.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan (pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaiman, Nurhidayah. 2017. *Strategi Pelayanan Prima pada Percetakan Izbick Desa Bajing Kulon Kecamatan Kroya dalam Perspektif Islam*. Skripsi. Purwokerto: IAIN Purwokerto.
- Sylvia, Febi. 2015. *Pelayanan Prima Dan Kepuasan Pelanggan Di Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara (KPPN) Makasar II*. Jurusan Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Makasar
- Teguh Kurniawanto, Daniel. 2015. *Nekad Bisnis Tour & Travel*. Yogyakarta: Andi OFFSET.
- Tim Penyusun. 2013. *Buku Panduan Penulisan Skripsi*. Purwokerto : STAIN PRESS.
- Tim Penyusun. *Neraca Satelit Pariwisata Nasional (Nesparnas. t.t : Pusat Data Kemenpar, 2013*.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Bisnis*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy. 2015. *Service Management Mewujudkan Pelayanan Prima*. Yogyakarta, ANSI OFFSET.

Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.

UU No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan, Dakses Melalui hukum.unsat.ac.id pada 26 Juni 2019 pada pukul 10.53 WIB.

Wardhani, U.E dkk. 2008. *Usaha Jasa Pariwisata Jilid 1 Untuk SMK pdf*. Jakarta: Direktorat Pembinaan SMK Direktorat Jenderal Manajemen Pendidikan Dasar dan Menengah. Departemen Pendidikan Nasional. BSE.Mahoni.com diakses pada 10 Mei 2019 pukul 17.40 WIB.

Wardhani, U.E Dkk. 2008. *Usaha Jasa Pariwisata. Jilid 2 Untuk SMK pdf*. Jakarta: Direktorat Pembinaan SMK Direktorat Jenderal Manajemen Pendidikan Dasar dan Menengah. Departemen Pendidikan Nasional. BSE.Mahoni.com pada 16 Juni 2019 pukul 17.15 WIB.



IAIN PURWOKERTO