

**KONSEP ETIKA MARKETING DALAM
BISNIS ISLAM
(Studi Kasus Pada Bisnis Perhotelan di Kota
Lhokseumawe)**



**OLEH:
MALAHAYATIE, S.HI, MA**

**SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN)
LHOKSEUMAWE
2016**

KONSEP ETIKA MARKETING DALAM BISNIS ISLAM

(Studi Kasus Pada Bisnis Perhotelan di Kota Lhokseumawe)

PENELITIAN

Diajukan Oleh

MALAHAYATIE, S.HI, MA



SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN)

LHOKSEUMAWE

2016

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

ABSTRAK

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
E. Definisi Operasional	6
F. Kajian Terdahulu	9

BAB II LANDASAN TEORI

A. Etika	14
1. Pengertian Etika	14
2. Konsep Etika Dalam Islam	18
3. Etika ekonomi Islam	20
B. Marketing	21
1. Pengertian Marketing	21
2. Pengertian Marketing Syariah	22
3. Bentuk-bentuk Marketing	23
4. Konsep Umum Marketing	24
5. Fungsi Dan Peranan Marketing	26
C. Bisnis Islam	26
1. Pengerian	26
a. Konsep Etika Dalam Bisnis Islam	27

BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi Dan Waktu Penelitian	31
B. Pendekatan Dan Jenis Penelitian	31

C. Sumber Data	32
D. Metode Pengumpulan Data	33
E. Teknik Analisa Dan Pengolahan Data	34
F. Teknik Penulisan	36

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perhotelan Di Kota Lhokseumawe	37
B. Etika Marketing Bisnis Perhotelan di Kota Lhokseumawe	49
C. Analisis Masing-Masing Hotel di Kota Lhokseumawe	51
1. Hotel Lido Graha	51
2. Hotel Singapore	55
3. Hotel Winton	59
4. Hotel Diana	62
D. Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Marketing Perhotelan Di Kota Lhokseumawe	67

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	74
B. Saran	76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif, yaitu suatu penelitian menghasilkan data berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang dapat diamati mengenai konsep etika marketing dalam bisnis Islam pada bisnis perhotelan di Kota Lhokseumawe. Metode yang digunakan melalui metode wawancara, metode dokumentasi, dan observasi. Analisis data yang dilakukan dengan teknik analisis data deskriptif kualitatif. Adapun penerapan etika marketing bisnis Islam Pada bisnis perhotelan di Kota Lhokseumawe ialah penerapan sistem 4P yaitu dimana perhotelan telah menentukan pelaksanaannya seperti : *Promotion* (promosi), *Place* (lokasi), *Price* (harga) dan *Product* (produk). Sedangkan Etika marketing yang di tinjau dari etika bisnis Islam menurut Muhammad Djakfar adalah norma-norma etika yang berbasiskan Al-Qur'an dan Hadits yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnis. Etika marketing pada bisnis perhotelan juga memiliki prinsip-prinsip untuk mencapai suatu keberkahan yaitu prinsip rendah hati, prinsip tanggung jawab, prinsip adil dan prinsip kejujuran yang meliputi dengan menjalani hubungan baik dengan mitra bisnis (silaturahmi) serta memberikan pelayanan yang optimal, menepati janji, tidak melipatgandakan harga dalam jual beli, jujur dalam kualitas dan kuantitas pelayanan maupun kenyamanan hotel serta jujur dalam memasarkan produk. Namun ada beberapa hotel memiliki kekurangan dalam hal lahan parkir yang disediakan oleh pihak hotel yaitu lokasi parkir yang terletak tepat dipinggiran jalan raya yang sempit sehingga menyebabkan ketidaknyamanan terhadap pengunjung yang datang dengan kendaraan roda empat yang ingin memarkirkan kendaraannya terkadang sedikit mengganggu pengendara yang ada di jalan raya sehingga membuat kemacetan dan tertundanya perjalanan saat tamu hotel memarkirkan kendaraannya.

Kata Kunci : Konsep, Etika, Marketing, Bisnis Islam.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Marketing atau disebut dengan pemasaran dapat dibedakan menjadi dua hal. Yang pertama, dapat dilihat sebagai suatu cabang ilmu pengetahuan. Kedua, pemasaran atau marketing lebih dianggap sebagai suatu aktivitas sosial yang terdapat dalam pola-pola pertukaran. Pemahaman pertama akan pemasaran akan mencakup pada kumpulan teori, konsep, metode dan komunitas peneliti yang membentuk suatu cabang ilmu yang terlegitimasi, sehingga kehadirannya dapat disejajarkan dengan cabang-cabang ilmu sosial yang lain seperti filsafat, sosiologi, antropologi, politik dan hukum. Sementara pemahaman kedua akan pemasaran mengandung arti bahwa pemasaran atau marketing adalah suatu praktik dalam kehidupan manusia sebagai aktor sosial.

Lalu bagaimana etika marketing bisnis perhotelan yang ada pada Kota Lhokseumawe penulis ingin membahas hotel-hotel yang ada pada Kota Lhokseumawe. Kota Lhokseumawe merupakan kota transit. Arus transportasi dari/ke Medan melewati Kota Lhokseumawe. Secara langsung atau tidak langsung Kota Lhokseumawe menjadi tempat peristirahatan sementara bagi para pengendara. Oleh karena itu, muncul beberapa hotel, wisma dan losmen. Pada kenyatannya, seluruh tempat penginapan itu selalu penuh oleh para transiter. Perekonomian Kota Lhokseumawe mengarah pada sektor perdagangan, Hotel dan Restoran maupun Caffe. Sektor ini semakin meningkat dari tahun ke tahun. Tingkat permintaan

penginapan di Kota Lhokseumawe juga terbilang tinggi, karena Kota Lhokseumawe sudah menjadi Kota Persinggahan bagi mereka yang akan melakukan perjalanan antara Kota Medan dan Kota Banda Aceh.

Hotel merupakan bisnis jasa akomodasi yang didalamnya terdapat unsur pelayanan, kenyamanan, serta fasilitas penginapan yang dibutuhkan bagi mereka yang menghendaki sarana penginapan untuk kepentingan keluarga maupun liburan. Berkaitan dengan pemanfaatan waktu luang untuk liburan maka bisnis ini menunjang industri pariwisata yang menyediakan berbagai fasilitas pertemuan penjamuan dan sebagainya. Karena bisnis ini berhubungan dengan orang-orang sebagai pelanggan, maka bisnis ini berhubungan dengan kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan disini merupakan faktor yang sangat menentukan keberhasilan bisnis ini. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Kualitas pelayanan akan dihasilkan oleh operasional yang dilakukan perusahaan dan keberhasilan proses operasi perusahaan ditentukan oleh banyak faktor antara lain karyawan, teknologi, sistem, dan keterlibatan konsumen, serta seberapa besar masing-masing faktor tersebut dalam memberikan kontribusi terhadap kualitas pelayanan yang diciptakan. Untuk mempertahankan agar tetap bertahan ditengah persaingan yang ketat, maka mereka berlomba lomba menawarkan nilai lebih yang dapat menarik minat konsumen. Dari aneka makanan, hiburan, serta fasilitas lain yang menjadi ciri khas

dimata konsumen. Selain itu juga penambahan berbagai perlengkapan ornamen dan fasilitas untuk menunjang kenyamanan agar para tamu betah singgah dihotel tersebut.

Konsumen hotel dalam memilih tempat penginapan memiliki berbagai macam kriteria, dengan adanya perbedaan kriteria pemilihan hotel maka pihak manajemen dituntut untuk selalu berusaha meningkatkan pelayanan dan melakukan inovasi secara terus menerus. Untuk itu hotel perlu dalam melakukan riset untuk mengevaluasi apa yang diinginkan konsumennya ditinjau dari kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumennya. Usaha dibidang perhotelan sangat menjanjikan, sehingga banyak para pengusaha yang membuka usaha jasa hotel. Usaha perhotelan yang bergerak dibidang akomodasi penginapan ini juga sama dengan industri lainnya. Sudah semakin berkembang dan semakin banyak bangunan perhotelan disetiap tempat. Baik di kota besar maupun di kota kecil. Sudah sejak lama usaha perhotelan dianggap sebagai suatu usaha yang menguntungkan dan juga selalu mengalami perkembangan. Sektor pariwisata sekarang ini telah menjadi kegiatan usaha atau industri yang cukup maju di dunia. Indonesia memiliki potensi wisata yang sangat besar sehingga peluang bisnis dalam penginapan juga semakin besar.¹

Adapun penerapan etika marketing bisnis Islam Pada bisnis pehotelan di Kota Lhokseumawe juga menerapkan sistem 4P yaitu dimana perhotelan telah menentukan pelaksanaannya seperti : *Promotion* (promosi), *Place* (lokasi), *Price* (harga) dan *Product* (produk). Sedangkan Etika marketing yang di tinjau dari etika bisnis Islam menurut Muhammad Djakfar adalah norma-norma etika yang berbasiskan Al-Qur'an

¹<http://eprints.ums.ac.id/47167/3/BAB%20I.pdf>

dan Hadits yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnis. Dengan kata lain bagaimanapun etika bisnis yang berbasis kitab suci dan sunah Rasulullah SAW, sebagaimana halnya etika bisnis modern, tidak cukup dilihat secara partialistik semata, tetapi perlu dilihat juga dalam fungsinya secara utuh (*holistik*). Dalam arti etika bisnis Islam perlu diposisikan sebagai komoditas akademik yang bisa melahirkan sebuah cabang keilmuan, sekaligus sebagai tuntunan para pelaku bisnis dalam melakukan aktivitasnya sehari-hari.² Maka dari itu peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul **“Konsep Etika Marketing Dalam Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Bisnis Perhotelan di Kota Lhokseumawe)”**

B. Rumusan Masalah

Adapun yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana etika marketing bisnis perhotelan di Kota Lhokseumawe?
2. Bagaimana marketing perhotelan di Kota Lhokseumawe ditinjau dari etika bisnis Islam?

C. Tujuan Penelitian

Yang menjadi tujuan dari permasalahan penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui bagaimana etika marketing bisnis perhotelan di Kota Lhokseumawe.

²Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2008), h. 84-85.

2. Untuk mengetahui bagaimana etika marketing perhotelan di Kota Lhokseumawe yang ditinjau dari etika bisnis Islam.

D. Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi manfaat dalam penelitian ini adalah :

1. Manfaat teoritis
 - a. Bagi penulis, diharapkan pembaca mendapat manfaat untuk menambah pengetahuan pembaca tentang masalah bagaimana konsep etika marketing dalam bisnis perhotelan dan bermanfaat juga bagi peneliti yang lain.
 - b. Bagi pembaca, penelitian ini dapat digunakan untuk menambah pengetahuan pembaca dalam hal etika marketing dalam bisnis perhotelan dan untuk meneliti lebih lanjut dengan menggunakan variabel penelitian yang berbeda.
 - c. Bagi masyarakat umumnya, agar dapat menjadi tambahan pengetahuan tentang konsep etika marketing dalam bisnis islam pada bidang bisnis perhotelan.
2. Manfaat Praktis
 - a. penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan dan bahan bacaan kepada para peneliti selanjutnya dan juga Sebagai masukan dan pertimbangan mengenai hal-hal yang berhubungan dengan konsep etika marketing

dalam bisnis Islam penelitian ini dapat digunakan sebagai penerapan sistem marketing pada etika bisnis Islam pada bisnis perhotelan.

- b. Agar dapat menjadi referensi yang berguna bagi peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan konsep etika marketing dalam bisnis Islam pada bidang bisnis perhotelan.

E. Definisi Operasional

1. Konsep

Konsep adalah suatu hal umum yang menjelaskan atau menyusun suatu peristiwa, objek, situasi, ide, atau akal pikiran dengan tujuan untuk memudahkan komunikasi antar manusia dan memungkinkan manusia untuk berpikir lebih baik. Pengertian lainnya mengenai konsep ialah abstraksi suatu ide atau gambaran mental, yang dinyatakan dalam suatu kata atau simbol. Konsep dinyatakan juga sebagai bagian dari pengetahuan yang dibangun dari berbagai macam karakteristik.³

2. Etika

Etika adalah sesuatu dimana dan bagaimana cabang utama filsafat yang mempelajari nilai atau kualitas standar moral dan penilaian. Etika mencakup analisis dan penerapan konsep seperti benar, salah, baik, buruk, dan tanggung jawab. *Menurut H. A. Mustafa:* Etika adalah ilmu yang menyelidiki, yang baik dan yang buruk untuk mengamati tindakan manusia sejauh bisa diketahui oleh pikiran. Dengan kata lain pengertian etika adalah suatu ilmu tentang kesusilaan dan perilaku manusia di dalam

³ <http://www.kuliah.info/2015/05/konsep-adalah-apa-itu-konsep-ini.html>

pergaulannya dengan sesama yang menyangkut prinsip dan aturan tentang tingkah laku yang benar. Dan etika disebut juga sebagai kewajiban dan tanggung jawab moral setiap orang dalam berperilaku di masyarakat.⁴

3. Marketing

Marketing adalah suatu rangkaian kegiatan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. Caranya dengan membuat produk, menentukan⁵ harganya, tempat penjualannya dan mempromosikan produk tersebut kepada para konsumen atau definisi marketing yaitu perpaduan antara aktivitas-aktivitas yang saling berhubungan untuk dapat mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumen sehingga perusahaan dapat mengembangkan produk, harga, pelayanan dan melakukan promosi supaya kebutuhan konsumen dapat terpenuhi serta perusahaan mendapatkan keuntungan. Marketing marketing juga merupakan serangkaian proses yang dilakukan untuk memasarkan produk atau mengenalkan produk kepada masyarakat dengan berbagai cara, agar produk tersebut menjadi banyak diminati oleh masyarakat luas. Sehingga dalam hal ini pengertian marketing tidak hanya sebatas saat terjadi pemasaran, namun juga mengenai strategi yang digunakan, serta cara memberikan kepuasan kepada konsumen.⁵

4. Bisnis Islam

Bisnis Islam adalah segala bentuk bisnis dengan dibatasi oleh cara mendapatkan dan memberdayakan harta agar selalu halal dan menolak hal-hal yang

⁴<https://www.maxmanroe.com/vid/umum/pengertian-etika.html>

⁵<https://www.tommCIFLE.com/pengertian-marketing-yang-wajib-anda-ketahui/>

bersifat haram. Yusanto dan Wijayakusuma, mendefinisikan lebih khusus tentang bisnis Islami merupakan aktivitas bisnis ekonomi dengan berbagai bentuk yang tidak ada batasan dalam hal kepemilikan harta baik itu jasa maupun barang, namun dibatasi dalam hal cara memperoleh dan pendayagunaan harta lantaran aturan haram dan halal menurut Islam.

Industri bisnis perhotelan termasuk dalam industri jasa yang menawarkan jasa pelayanan kamar, penyedia makanan dan minuman serta jasa lainnya bagi masyarakat umum yang dikelola secara komersil. Hotel merupakan salah satu sarana pendukung utama yang menunjang dalam bisnis di bidang pariwisata. Sejalan dengan perkembangan hotel di Kota Lhokseumawe pada khususnya yang begitu pesat, sudah tentu akan menimbulkan iklim persaingan bisnis perhotelan yang semakin ketat. Hotel-hotel yang ada akan bersaing untuk memperoleh tingkat hunian sesuai dengan kelasnya masing-masing.⁶

Adanya peningkatan persaingan tersebut memaksa manajemen harus menentukan kebijakan yang tepat dalam usaha menarik konsumennya dan dalam memenuhi tujuannya yaitu memperoleh laba demi kelangsungan hidup hotel. Kebijakan yang dapat diterapkan selain menyediakan pelayanan yang memuaskan serta menyediakan fasilitas kamar, restoran dan fasilitas penunjang lainnya yang memadai, hotel pun harus memiliki strategi yang dapat menjadi daya penarik bagi konsumennya untuk memperoleh tingkat hunian yang tinggi. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah memberikan penawaran khusus dalam hal harga sebagai nilai

⁶<http://e-journal.uajy.ac.id/4845/2/1EA17975.pdf>

tambah dan menciptakan daya saing. Upaya untuk dapat tetap mempertahankan tingkat hunian yang tinggi ini adalah dengan menerapkan kebijakan potongan harga (*discount*).

F. Kajian terdahulu

Agar tidak terjadi pengulangan pembahasan yang sama, maka judul-judul penelitian yang penulis lakukan. Diantaranya karya:

1. Penelitian ini ditulis oleh Maryamah dengan judul penelitian “ Etika Marketing dalam Perspektif Ekonomi Islam”. Pemasaran (marketing) adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Sedangkan pemasaran dalam pandangan Islam merupakan suatu penerapana disiplin strategis yang sesuai dengan nilai dan prinsip syariah. Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian kepustakaan (*library research*), yaitu suatu pengumpulan data yang dilakukan secara langsung pada suatu objek untuk memperoleh data. Penelitian ini menggunakan pendekatan normatif yaitu penelitian yang berdasarkan reori-teori dan konsep-konsep marketing dalam Islam. Dari hasil pembahasan ini diperoleh kesimpulan bahwa sistem marketing dalam ekonomi Islam mengajarkan serta memberi arahan kepada seseorang untuk jujur pada konsumen atau orang lain agar tidak melanggar perintah Allah dalam melakukan sebuah bisnis dalam dagang. Etika marketing dalam Islam bukan hanya sebuah marketing yang ditambahkan nilai Islam karena ada nilai-nilai lebih pada marketing Islam

saja, tetapi lebih jauhnya marketing berperan dalam Islam, dan Islam berperan dalam marketing. Serta seorang marketing itu harus mempunyai sifat jujur, amanah, tabliq dan fathanah.⁷

2. Penelitian yang ditulis oleh Nur Isma, dengan judul Penelitian *Etika Pemasaran Dalam Ketentuan Syariah*, menyimpulkan bahwa Marketing merupakan sebuah Institusi bisnis. Semua orang yang bekerja dalam institusi tersebut adalah marketer yang membawa integritas, identitas, dan image perusahaan. Sebuah institusi yang menjalankan pemasaran Syariah Adalah perusahaan yang tidak berhubungan dengan bisnis yang mengandung unsur-unsur yang dilarang menurut syariah, yaitu bisnis judi, riba dan produk-produk haram. Namun, walaupun bisnis perusahaan tersebut tidak berhubungan dengan kegiatan bisnis yang diharamkan, terkadang taktik yang digunakan dalam memasarkan produk-produk mereka masih menggunakan cara-cara yang diharamkan⁸

3. Penelitian yang ditulis oleh Maria Ulfa dengan judul “analisis penerapan prinsip syari’ah di Hotel Arini Syari’ah Surakarta” Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana penerapan prinsip-prinsip syari’ah dan apa saja faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam menjalankan usaha bisnis di Hotel

Arini Syari’ah Surakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui

⁷Maryamah, dengan judul penelitian *etika marketing dalam perspektif ekonomi islam*, (STAIN Malikussaleh Lhokseumawe, 2015)

⁸Nur Isma, *etika pemasaran dalam ketentuan syariah*, (STAIN Malikussaleh Lhokseumawe, 2008).

penerapan prinsip-prinsip syari'ah dan apa faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam menjalankan usaha bisnis di Hotel Arini Syari'ah Surakarta. Subjek dalam penelitian ini adalah Penerapan Prinsip-prinsip Syari'ah dengan sumber data *general manager* hotel, *supervisor*, karyawan di Hotel Arini Syari'ah Surakarta. Data dalam penelitian ini didapat dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini adalah Hotel Arini Syari'ah Surakarta secara *legal-formal* belum bisa dikatakan sebagai lembaga bisnis berbasis syari'ah, sebab belum mendapat sertifikasi halal dari Dewan Syari'ah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (MUI) seperti hotel-hotel syari'ah lainnya, akan tetapi secara praktis sudah dapat dikatakan sebagai hotel syari'ah, karena telah menjalankan prinsip-prinsip syari'ah yang ada dalam ajaran agama. Prinsip-prinsip itu termaktub didalam aturan-aturan atau kebijakan-kebijakan hotel pada keseluruhannya.

Diantaranya: menjunjung tinggi kejujuran, keramah tamahan, bertanggung jawab, tidak diskriminatif, amanah dalam aspek pelayanan dan tentunya tidak ada praktik riba dan sebagainya. Model hotel semacam ini pada kenyataannya banyak diminati dan dipercaya masyarakat, khususnya muslim dikarenakan aspek kenyamanan, keamanan dan kebersihan (pelayanan) yang diberikan. Maka dari itu bisnis seperti ini sangat bagus dikembangkan untuk

merubah *image* masyarakat yang memandang hotel sebagai tempat maksiat atau berkonotasi negatif.⁹

4. Penelitian yang ditulis oleh Siti Rohmah dengan judul “Manajemen Strategi Bisnis Islam (studi kasus Pada Hotel Desa Puri Syariah Yogyakarta ”Penelitian ini mengangkat rumusan permasalahan yaitu (1) bagaimana penerapan pedoman penyelenggaraan hotel syariah di Hotel Madani Syariah Yogyakarta berdasarkan katagori hilal-1. (2) bagaimana penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam di Hotel Madani Syariah Yogyakarta. Dengan jenis penelitian lapangan (*Field Research*) dengan pendekatan penelitaian kualitatif, pengumpulan data dengan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dengan tujuan untuk mendepelitionkan data-data yang peneliti kumpulkan, tentang etika dan ekonomi bisnis Islam dan kriteria hotel syariah hilal-1 yang telah ditentukan oleh menteri pariwisata dan ekonomi republic Indonesia. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis Islam sudah diterapkan dihotel madani syariah yogyakarta akan tetapi masih perlu ditingkatkan. Kriteria hotel syariah standar nasional hilal-1 juga sudah diterapkan tetapi masih ada aspek yang belum terpenuhi.¹⁰

Jadi, dalam penelitian diatas yang membedakan dengan penelitian penulis ialah penulis melakukan penelitian dengan judul konsep etika marketing

⁹ Maria Ulfa, *analisis penerapan prinsip syari'ah di Hotel Arini Syari'ah Surakarta*, (universitas muhammadiyah Surakarta, 2012)

¹⁰Siti Rohmah, *Penerapan nilai-nilai Etika bisnis islam di Hotel Syariah Yogyakarta*, (Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014)

dalam bisnis islam pada bisnis perhotelan. Marketing ialah suatu kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran barang maupun jasa, sedangkan perhotelan adalah suatu usaha di bidang jasa dimana sebuah perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus diawal transaksi. Sedangkan yang menjadi perbedaan dari penelitian diatas yaitu menjelaskan tentang: (1). Pemasaran (marketing) adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Sedangkan pemasaran dalam pandangan Islam merupakan suatu penerapan disiplin strategis yang sesuai dengan nilai dan prinsip syariah. (2). Menyimpulkan bahwa marketing merupakan sebuah Institusi bisnis. Semua orang yang bekerja dalam institusi tersebut adalah marketer yang membawa integritas, identitas, dan image perusahaan. Sebuah institusi yang menjalankan pemasaran Syariah Adalah perusahaan yang tidak berhubungan dengan bisnis yang mengandung unsur-unsur yang dilarang menurut syariah, yaitu bisnis judi, riba dan produk-produk haram. (3). Bagaimana penerapan prinsip-prinsip syari'ah dan apa saja faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam menjalankan usaha bisnis di Hotel Arini Syari'ah Surakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan prinsip-prinsip syari'ah dan apa faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam menjalankan usaha bisnis

di Hotel Arini Syari'ah Surakarta. (4). Bagaimana penerapan pedoman penyelenggaraan hotel syariah di Hotel Madani Syariah Yogyakarta berdasarkan katagori hilal-1. Dan bagaimana penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam di Hotel Madani Syariah Yogyakarta.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Etika

1. Pengertian Etika

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.

Sedangkan secara terminologis etika berarti pengetahuan yang membahas baik-buruk atau benar-tidaknya tingkah laku dan tindakan manusia serta sekaligus menyoroti kewajiban-kewajiban manusia.¹¹ Etika (*Ethics*) arti sebenarnya adalah kebiasaan. Namun lambat laun pengertian etika berubah, seperti sekarang. Etika ialah suatu ilmu yang membicarakan masalah perbuatan atau tingkah laku manusia, mana yang dapat dinilai baik dan mana yang dapat dinilai buruk dengan memperlihatkan amal perbuatan manusia sejauh yang dapat dicerna akal pikiran. Di dalam kamus

¹¹ Abd Haris, *Pengantar Etika Islam*. (Sidoarjo: Al-Afkar, 2007), h. 3.

ensiklopedia pendidikan diterangkan bahwa etika adalah filsafat tentang nilai, kesusilaan tentang baik buruk. Sedangkan dalam kamus istilah pendidikan dan umum dikatakan bahwa etika adalah bagian dari filsafat yang mengajarkan keluhuran budi.

Sedangkan kata 'etika' dalam kamus besar bahasa Indonesia yang baru (Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, mengutip dari Bertens, mempunyai arti :

- 1). Ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak);
- 2). Kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak;
- 3). Nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat.¹²

Sedangkan "Akhlak", secara etimologi istilah yang diambil dari bahasa arab dalam bentuk jamak. *Al-Khulq* merupakan bentuk *Mufrod* (tunggal) dari Akhlak yang memiliki arti kebiasaan, perangai, tabiat, budi pekerti. Tingkah laku yang telah menjadi kebiasaan dan timbul dari diri manusia dengan sengaja. Kata akhlak dalam pengertian ini disebutkan dalam al-Qur'an dalam bentuk tunggal. Kata *Khulq* dalam firman Allah SWT merupakan pemberian kepada Muhammad sebagai bentuk pengangkatan menjadi Rasul Allah".¹³ Dalam membahas etika sebagai ilmu yang menyelidiki tentang tanggapan kesusilaan atau etis, yaitu sama halnya dengan berbicara moral. Manusia disebut etis, ialah manusia secara utuh dan menyeluruh

¹²Istighfarotur Rahmadiyah, *Pendidikan Etika Konsep Jiwa dan Etika Prespektif Ibnu Maskawaih* (Malang: Aditya Media, 2010), h. 58.

¹³Asmaran, *Pengantar Studi Akhlak*. (Jakarta: Lembaga Studi Islam dan Kemasyarakatan, 1999), h. 6.

mampu memenuhi hajat hidupnya dalam rangka asas keseimbangan antara kepentingan pribadi dengan pihak yang lainnya, antara rohani dengan jasmaninya. Termasuk di dalamnya membahas nilai-nilai atau norma-norma yang dikaitkan dengan etika. Etika dibagi menjadi dua, yaitu:

a. Etika Deskriptif

Etika deskriptif ialah etika yang berusaha meneropong secara kritis dan rasional sikap dan pola perilaku manusia dan apa yang dikejar oleh manusia dalam hidup ini sebagai sesuatu yang bernilai. Etika deskriptif ini termasuk bidang ilmu pengetahuan empiris dan berhubungan erat dengan kajian sosiologi. Terkait dengan bidang sosiologi, etika deskriptif berusaha menemukan dan menjelaskan kesadaran, keyakinan, dan pengalaman moral dalam suatu kultur tertentu. Etika deskriptif mungkin merupakan suatu cabang sosiologi, tetapi ilmu tersebut penting bila kita mempelajari etika untuk mengetahui apa yang dianggap baik dan apa yang dianggap tidak baik.¹⁴ Kaidah etika yang biasa dimunculkan dalam etika deskriptif adalah adat kebiasaan, anggapan-anggapan tentang baik dan buruk, tindakan-tindakan yang diperbolehkan atau tidak diperbolehkan.

Etika deskriptif dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu sejarah moral dan fenomenologi moral. Sejarah moral adalah bagian etika deskriptif yang bertugas untuk meneliti cita-cita, aturan-aturan dan norma-norma moral yang pernah diberlakukan dalam kehidupan manusia pada kurun waktu dan suatu tempat tertentu atau dalam suatu lingkungan besar mencakup bangsa-bangsa. Sedangkan

¹⁴K. Bertens, 1993. *Etika*, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama

fenomenologi moral adalah etika deskriptif yang berupaya menemukan arti dan makna moralitas dari berbagai fenomena moral yang ada. Fenomenologi moral tidak berkomponen menyediakan petunjuk atau batasan-batasan moral yang perlu dipegang oleh manusia. Fenomenologi moral tidak membahas apa yang dimaksud dengan yang benar dan apa yang dimaksud dengan yang salah.¹⁵

b. Etika Normatif

Etika normatif merupakan bagian terpenting dari etika dan bidang di mana berlangsung diskusi-diskusi yang paling menarik tentang masalah-masalah moral. Etika normatif adalah etika yang mengacu pada norma-norma atau standar moral yang diharapkan untuk mempengaruhi perilaku, kebijakan, keputusan, karakter individu, dan struktur sosial. Etika normatif inilah yang sering disebut dengan filsafat moral atau biasa juga disebut etika filsafat.

Etika normatif dapat dibagi menjadi dua bagian. Pertama, etika normatif yang terkait dengan teori-teori nilai yang mempersoalkan sifat kebaikan. Kedua, etika normatif yang berkenaan dengan teori-teori keharusan yang membahas masalah tingkah laku.¹⁶ Secara singkat dapat dikatakan, etika normatif bertujuan merumuskan prinsip-prinsip etis yang dapat dipertanggungjawabkan dengan cara rasional dan dapat digunakan dalam praktik. Kaidah yang sering muncul dalam etika normatif, yaitu hati nurani, kebebasan dan tanggung jawab, nilai dan norma, serta hak dan kewajiban.

¹⁵A. Charris Zubair, *Kuliah Etika* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 1995), h. 93.

¹⁶K. Bertens, *Etika*, h. 19.

Peran etika dibutuhkan dalam kegiatan analisis fungsi sebagai dasar dalam menganalisa apakah langkah-langkah yang telah diterapkan sesuai dengan aturan yang terdapat dalam hukum. Peran etika dibutuhkan dalam kegiatan proses pembangkitan ide atau alternative sebagai dasar dalam konsep pengembangan. Diman konsep pengembangan alternatif yang diusulkan harus murni dari konsep pribadi, bukan sebagai kegiatan plagiat. Menentukan *alternative* sangat dibutuhkan dalam memilih dari berbagai macam alternatif yang ada. Dengan demikian kita dapat menentukan arah dari konsep pengembangan fungsi. Dimana alternative yang dipilih telah memenuhi beberapa persyaratan, misalnya memenuhi kebutuhan konsumen, tidak merugikan konsumen, tidak memerlukan biaya investasi peralatan yang mahal, serta dapat meningkatkan keuntungan dari perusahaan, dll.

Dalam hal ini peran etika sebagai dasar pertimbangan dalam memilih alternatif (missal produk telah sesuai dengan normal moral dan asusila yang berlaku). Peran etika dibutuhkan dalam proses membuat prototype sebagai dasar pemikiran dalam pemilihan bahan baku yang aman bagi konsumen. Misal bahan baku dari melamin, timbal tidak dipergunakan sebagai bahan baku karena berbahaya bagi konsumen.¹⁷

2. Konsep Etika Dalam Islam

Etika dalam Islam adalah sebagai perangkat nilai yang tidak terhingga dan agung yang bukan saja berisikan sikap, prilaku secara normative, yaitu dalam bentuk hubungan manusia dengan Tuhan (iman), melainkan wujud dari hubungan manusia

¹⁷<https://diaryintan.wordpress.com/2010/10/06/konsep-etika/>

terhadap Tuhan, Manusia dan alam semesta dari sudut pandang historisitas. Etika sebagai fitrah akan sangat tergantung pada pemahaman dan pengalaman keberagamaan seseorang. Maka Islam menganjurkan kepada manusia untuk menjunjung etika sebagai fitrah dengan menghadirkan kedamaian, kejujuran, dan keadilan. Etika dalam Islam akan melahirkan konsep ihsan, yaitu cara pandang dan perilaku manusia dalam hubungan sosial hanya dan untuk mengabdikan pada Tuhan, bukan ada pamrih di dalamnya. Maka untuk menjaga agar ketiganya berjalan dengan baik, diperlukan edukasi yang diberikan orang tua kepada anaknya dalam bentuk pemberian muatan etika yang menjadi ujung tombak dari ketiga unsur di atas. Pembiasaan kepada hal-hal yang baik dengan contoh dan perilaku orang tua dan tidak banyak menggunakan bahasa verbal dalam mencari kebenaran dan sudah barang tentu sangat tergantung pada sisi historisitas seseorang dalam hidup dan kehidupan.

Sedangkan yang disebut dengan etika bisnis merupakan studi yang di khususkan mengenai moral yang benar dan yang salah. Studi ini berkonsentrasi pada standar moral sebagaimana diterapkan dalam kebijakan institusi, dan perilaku bisnis. Dalam melakukan etika bisnis ada beberapa yang perlu diperhatikan yaitu, pengendalian diri, pengembangan tanggung jawab sosial, mempertahankan jati diri agar tidak mudah untuk terombang-ambing oleh pesatnya perkembangan informasi dan teknologi, menciptakan persaingan yang sehat, menerapkan konsep “pembangunan berkelanjutan”, mampu menyatakan bahwa yang benar itu benar, menumbuhkan sikap saling percaya antara golongan pengusaha kuat dan golongan pengusaha kebawah, konsekuen dan konsisten dengan aturan yang telah disepakati bersama,

menumbuhkembangkan kesadaran dan rasa memiliki terhadap apa yang telah disepakati serta perlu adanya sebagian etika bisnis yang dituangkan dalam suatu hukum positif yang berupa peraturan perundang-undangan.

Etika bisnis lebih luas dari ketentuan yang diatur oleh hukum, bahkan merupakan standar yang lebih tinggi dibandingkan standar minimal ketentuan hukum, karena dalam kegiatan bisnis seringkali kita temukan wilayah abu-abu yang tidak diatur oleh ketentuan hukum. Etika bisnis dalam perusahaan memiliki peran yang sangat penting, yaitu untuk membentuk suatu perusahaan yang kokoh dan memiliki daya saing yang tinggi serta mempunyai kemampuan menciptakan nilai yang tinggi maka diperlukan suatu landasan yang kokoh.¹⁸

3. Etika Ekonomi Islam

Etika adalah sebagai ajaran baik buruk, atau ajaran moral khususnya dalam perilaku dan tindakan-tindakan ekonomi bersumber dari ajaran agama. Islam menekankan empat ajaran sekaligus yaitu; kesatuan, keseimbangan, kebebasan, dan tanggung jawab. Etika memiliki dua pengertian pertama, etika sebagaimana moralitas, berisikan nilai dan norma-norma yang konkrit yang menjadi nilai pedoman dan pegangan hidup manusia. Kedua, etika sebagai refleksi kritis dan rasional. Penggabungan etika dan ekonomi dan dapat berarti memaksakan norma-norma agama bagi dunia ekonomi, kode etik profesi bisnis, merevisi sistem, dan hukum

¹⁸<http://supariasagede.blogspot.com/2014/09/etika-bisnis.html?m=1>

ekonomi, meningkatkan keterampilan memenuhi tuntutan-tuntutan etika pihak-pihak luar untuk mencari aman dan sebagainya.

B. Marketing

1. Pengertian Marketing

Istilah Pemasaran (Marketing), sudah sangat dikenal di kalangan pembisnis. Marketing memiliki peran penting dalam peta bisnis suatu perusahaan dan berkontribusi terhadap strategi produk. Perusahaan baik berskala nasional ataupun internasional membutuhkan seorang marketer yang handal untuk memasarkan produk atau jasa, sehingga dengan mudah menarik minat masyarakat untuk menggunakan produk atau jasanya. Keberhasilan suatu produk diterima oleh target pasar tidak hanya ditentukan oleh murahness cost atau kualitas yang ditawarkan, namun sangat ditentukan juga oleh strategi pemasaran yang dilakukan.¹⁹

Marketing (pemasaran) adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Marwan mengutip dalam buku Mc. Carty yang berjudul “*Basic Marketing*” *fifti edition* berpendapat bahwa: “Pemasaran (*marketing*) menyangkut perencanaan secara efisien konsumen sumber-sumber dan pendistribusian barang dan jasa dari produsen ke konsumen, sehingga tujuan kedua pihak (produsen dan

¹⁹Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Indonesia: PT Macanan Jaya Cemerlang, 2002), h.15

konsumen) tercapai. Lebih tegas lagi ia menyatakan bahwa pemasaran menunjukkan *performance* kegiatan bisnis yang menyangkut penyaluran barang dan jasa dari produsen ke konsumen, untuk memuaskan konsumen dan mencapai tujuan produsen.²⁰

2. Pengertian Marketing Syariah

Pemasaran dalam Islam adalah bentuk muamalah yang dibenarkan dalam Islam, sepanjang dalam segala proses transaksinya terpelihara dari hal-hal terlarang oleh ketentuan syariah. Sedangkan menurut Kartajaya dan Sula Syariah marketing adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan value dari suatu inisiator kepada stakeholders-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam.²¹

Ada 4 karakteristik syariah marketing menurut Kartajaya dan Sula yang dapat menjadi panduan bagi para *marketers* sebagai berikut:

1) Teistis (rabbaniyyah)

Jiwa seorang syariah marketer meyakini bahwa hukum-hukum syariat yang teistis atau bersifat ketuhanan ini adalah yang paling adil, paling sempurna, paling selaras dengan segala bentuk kebaikan, paling dapat mencegah segala bentuk

²⁰Marwan Asri, *Marketing* (Yogyakarta: UPP-AMP YKNPN, 1991), h. 14.

²¹Hermawan Kartajaya, Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, h. 09

kerusakan, paling mampu mewujudkan kebenaran, memusnahkan kebatilan dan menyebarkan kemaslahatan.

2) Etis (akhlaqiyyah)

Keistimewaan lain dari syariah marketer selain karena teistis (rabhaniyyah) juga karena ia sangat mengedepankan masalah akhlak (moral, etika) dalam seluruh aspek kegiatannya, karena nilai-nilai moral dan etika adalah nilai yang bersifat universal, yang diajarkan oleh semua agama.

3) Realistis (al-waqi'iyah)

Syariah marketer adalah konsep pemasaran yang fleksibel, sebagaimana keluasan dan keluwesan syariah islamiyah yang melandasinya. Syariah marketer adalah para pemasar professional dengan penampilan yang bersih, rapid an bersahaja, apapun model atau gaya berpakaian yang dikenakannya, bekerja dengan mengedepankan nilai-nilai religius, kesalehan, aspek moral dan kejujuran dalam segala aktivitas pemasarannya.

4) Humanistis (insaniyyah)

Keistimewaan syariah marketer yang lain adalah sifatnya yang humanistis universal, yaitu bahwa syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiaannya terjaga dan terpelihara, serta sifat-sifat yang dapat terkekang dengan panduan syariah. Syariat Islam diciptakan untuk manusia sesuai dengan kapasitasnya tanpa menghiraukan ras, warna kulit, kebangsaan dan status. Hal inilah

yang membuat syariah memiliki sifat universal sehingga menjadi syariah humanistis universal.²²

3. Bentuk-Bentuk Marketing

Produsen dapat menetapkan harga dalam dua bentuk marketing yaitu :

a. Harga Setinggi Mungkin

Hal ini dapat dilakukan karena belum ada saingan, produk ini dipasarkan untuk orang kaya dan juga produsen mengharapkan laba yang besar untuk menutupi biaya-biaya laboratorium untuk menciptakan barang baru tersebut.

b. Harga Serendah Mungkin

Produsen juga bisa menetapkan harga serendah mungkin yang disebut dengan *penetration price*. Tujuan menetapkan harga serendah ini adalah untuk meneroboskan produk agar masuk pasar.²³

4. Konsep Umum Marketing

Dalam marketing memiliki konsep umum pemasaran dalam perkembangan kehidupan bisnis pemasaran ialah :

a. Konsep Produksi

²²Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Cet. III; Bandung : Mizan, 2006), h. 28.

²³Sofyan Harahap, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Salemba Empat, 2010), h.45

Produksi adalah bertitik tolak anggapan, bahwa konsumen ingin produk yang harga murah dan mudah didapat dimana-mana. Produsen yang menganut prinsip ini, akan membuat produksi secara massal, menekankan biaya dengan efisiensi tinggi sehingga harga pokok pabrik bisa ditekan dan harga jual lebih rendah dari saingan.

b. Konsep Produk

Pada saat barang masih lengkap dipasar, maka produsen belum memperhatikan pada teknik pembuatan produk saja. Mengapa kaum produsen menganut production. Karena produsen berdasarkan pemikirannya pada permis-permis berikut :

- 1) Konsumen akan lebih memperhatikan mutu berbagai barang sebelum mereka membeli.
- 2) Konsumen mengetahui perbedaan mutu berbagai macam barang.
- 3) Konsumen selalu mencari harga barang dengan mutu terbaik.
- 4) Produsen harus selalu menjaga mutu untuk mempertahankan langganan.²⁴

c. Konsep Penjualan

Disini produsen membuat barang , kemudian harus menjual barang itu dengan berbagai teknik promosi. Promosi pada konsep ini adalah konsumen pasti akan membeli barang, jika mereka di rangsang untuk membeli barang tersebut.

²⁴Bukhari Alma, *Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 181

d. Konsep Pasar

Disini produsen tidak sekedar membuat barang, tidak juga melancarkan promosi. Karena kegiatan produsen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dalam arti ingin memberi kepuasan dapat dibaca dari semboyan promosi yang dilancarkan oleh produsen.

e. Konsep Pemasaran Berwawasan Sosial

Tingkat orientasi pada rasa tanggung jawab sosial dan kemanusiaan karena banyaknya kritik dan sorotan dari luar perusahaan baik yang datang dari masyarakat maupun dari pemerintahan, melalui lembaga konsumen, maka perusahaan harus memiliki rasa tanggung jawab moral, untuk melayani masyarakat sebaik-baiknya.²⁵

5. Fungsi /Peran Marketing

Adapun fungsi-fungsi marketing secara garis besar meliputi tiga fungsi yaitu:

- a. Fungsi yang melakukan pertukaran , seperti fungsi penjualan dan fungsi pembelian
- b. Fungsi yang melakukan kegiatan fisik barang seperti menggudangkan barang dan mengangkut barang

²⁵K Bertens, *Etika Bisnis Islam*, (Jakarta: Gremedia Pustaka Uatama, 2000), h. 4

- c. Fungsi yang memberi fasilitas atau kemudahan-kemudahan seperti memberi permodalan, menanggung resiko dan sebagainya.²⁶

C. **Bisnis Islam**

1. Pengertian

Secara umum bisnis diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk memperoleh pendapatan atau penghasilan atau rizki dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya dengan cara mengelola sumber daya ekonomi secara efektif dan efisien. Skinner mendefinisikan bisnis sebagai pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat. Menurut Anoraga dan Soegiastuti, bisnis memiliki makna dasar sebagai "*the buying and selling of goods and services*". Adapun dalam pandangan Straub dan Attner, bisnis lain adalah suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan penjualan barang-barang dan jasa-jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit. Adapun dalam Islam bisnis dapat dipahami sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kuantitas kepemilikan hartanya barang dan jasa termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya ada aturan halal dan haramnya.²⁷

²⁶ Basu Swastha DH dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Jakarta: Liberty, 1990), h. 10

²⁷ Fauzan, *Etika Bisnis dalam Pandangan Filsafat Ilmu*. h. 97

Bisnis Islam adalah segala bentuk bisnis dengan dibatasi oleh cara mendapatkan dan memberdayakan harta agar selalu halal dan menolak hal-hal yang bersifat haram. Yusanto dan Wijayakusuma, mendefinisikan lebih khusus tentang bisnis Islami merupakan aktivitas bisnis ekonomi dengan berbagai bentuk yang tidak ada batasan dalam hal kepemilikan harta baik itu jasa maupun barang, namun dibatasi dalam hal cara memperoleh dan pendayagunaan harta lantaran aturan haram dan halal menurut Islam. Demikian perbedaan pengertian bisnis dalam pandangan Islam dan umum yang bisa dijadikan sebagai acuan dalam ekonomi bisnis Islam.

a. Konsep Etika dalam Bisnis Islam

Immanuel Kant sebagai salah satu filosof zaman modern yang pemikirannya dikemudian hari banyak dijadikan referensi bagi filosof-filosof yang lain. Banyak pemikiran-pemikiran Immanuel Kant mengenai filsafat, diantaranya adalah etika, adapun buku yang menjadi acuan dalam membahas konsep etika yang dikemukakan oleh Immanuel Kant ini adalah *Grundlegung zur Metaphysik der Sitten*. Secara singkat, arti Kant bagi etika adalah bahwa ia menemukan peran hakiki otonomi dalam moralitas. Distingsi antara moralitas dan legalitas, antara sikap moral dengan asal taat pada peraturan adalah fundamental bagi pengertian moralitas secara universal. Penegasan Immanuel Kant, bahwa moralitas adalah hal keyakinan dan sikap batin, dan bukan hal sekedar penyesuaian dengan aturan dari luar, entah itu aturan negara, adat istiadat atau agama, jadi bahwa asal taat pada peraturan belum menjamin kualitas moral.

Jadi setiap orang tidak hanya berhak, melainkan berkewajiban untuk senantiasa mengikuti suara hatinya sendiri. Memaksakan sikap moral merendahkan martabat manusia sebagai makhluk moral. Di dalam *Grundlegung* Kant berkata bahwa filsafat Yunani bisa dibagi menjadi tiga bagian, yaitu : fisika, etika dan logika. Logika bersifat formal dan *apriori* sebab tidak membutuhkan pengalaman empiris. Logika sibuk dengan bentuk pemahaman dan rasio itu sendiri dengan hukum-hukum pemikiran universal terlepas dari berbagai diferensiasi yang ada dalam objek pemikiran itu. Fisika sibuk dengan hukum-hukum alam. Sedangkan Etika berurusan dengan hukum-hukum tindakan moral.

Pelaku bisnis, memiliki “kebebasan kehendak” untuk melakukan aktivitas bisnisnya, apakah mau melakukan jual beli, kredit, hutang piutang, mengambil untung lebih dari biasanya. Namun, perlu diingat bahwasanya setiap aktivitas itu memiliki tujuan, dan pencapaian tujuan tersebut membutuhkan tanggung jawab. Tanggung jawab itu ada karena diri yakin bahwa ada balasan di “dunia sana”, yaitu *immortalitas jiwa*. Kemauan bertanggung jawab itu, karena pada diri (manusia) memiliki keyakinan bahwa adanya pribadi yang maha adil, dan dari padanya datangnya sanksi bagi yang jahat dan ganjaran kebahagiaan yang sempurna bagi yang berbuat baik. Dan pribadi yang maha adil itu adalah Allah (*realitas absolut*).²⁸ Dengan demikian konsep Etika Bisnis Islam tidak bisa dilepaskan dari landasan-landasan yang telah diuraikan diatas. Tujuan akhir dari proses bisnis adalah tercapainya *falah*, tanpa harus mengorbankan pihak lain.

²⁸Fauzan, *Etika Bisnis dalam Pandangan Filsafat Ilmu*. h. 113

b. Bisnis Perhotelan

Hotel atau perhotelan adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus. Hotel adalah salah satu bentuk usaha yang bergerak pada bidang pelayanan jasa kepada para tamu hotel baik secara fisik, psikologi maupun keamanan selama tamu mempergunakan fasilitas atau menikmati pelayanan dihotel.

Menurut Sulistyono, hotel merupakan bagian integral dari usaha pariwisata yang menurut keputusan Menparpostel disebut dengan usaha akomodasi yang dikomersialkan dengan menyediakan fasilitas-fasilitas yaitu kamar tidur atau kamar tamu, makanan dan minuman, pelayanan-pelayanan penunjang lainnya seperti : fasilitas olahraga, fasilitas laundry dan sebagainya. Maka dari beberapa pernyataan itu dapat disimpulkan bahwa hotel adalah suatu akomodasi yang menyediakan jasa penginapan, makan, minum, dan bersifat umum serta fasilitas lainnya yang memenuhi syarat kenyamanan dan dikelola secara komersial.

Sedangkan yang di maksud dengan bisnis perhotelan yaitu Pengertian menurut kamus oxford : Bisnis perhotelan adalah bangunan (fisik) yang menyediakan layanan kamar, makanan dan minuman bagi tamu, sedangkan Pengertian menurut SK Menparpostel : Bisnis perhotelan adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan

sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman serta jasa penunjang lainnya bagi umum yang dikelola secara komersial.²⁹

²⁹<http://e-journal.uajy.ac.id/165/3/2TA12941.pdf>

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi atau tempat penelitian adalah pada hotel-hotel yang ada di Kota Lhokseumawe yaitu Hotel Lido Graha, Hotel Singapore, Hotel Winton dan Hotel Diana yang berada di Kota Lhokseumawe. Alasan paling utama mengapa penulis meneliti pada hotel in karena di Kota Lhokseumawe Ada 7 (tujuh) bisnis perhotelan yang ada hanya saja penulis meneliti 4 (empat) diantaranya dikarenakan ada beberapa hal yang tidak mungkin penulis teliti lantaran tidak mendapat izin dengan berbagai alasan dari pihak perhotelan untuk melakukan penelitian ini dan alasan peneliti memilih lokasi tersebut juga dikarenakan jaraknya lokasi perhotelan tidak terlalu jauh.

B. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*). Penelitian *Field Research* (penelitian lapangan) adalah penelitian yang memperoleh data dari objek penelitian dengan mengumpulkan data yang digali dari sumber data lapangan yaitu informan.³⁰ Adapun metode penelitian dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif yaitu

³⁰Made Wiratha, *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*, Ed.I, (Yogyakarta: Andi Offset, 2006), h.154.

suatu penelitian yang nantinya akan menghasilkan data berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang berperilaku yang dapat diamati.³¹

Peneliti bertindak sebagai instrumen pertama yang terlibat secara langsung dalam proses penelitian. Data yang diteliti dan diperoleh akan dipaparkan sesuai dengan apa yang terjadi dilapangan. Penelitian ini akan menghasilkan data berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang berperilaku yang dapat diamati. Sehingga pencarian makna dari dibalik fenomena yang muncul dalam penelitian ini bersifat komprehensif dan mendalam tentang Konsep Etika Marketing dalam Bisnis Islam Pada Bisnis Perhotelan di Kota Lhokseumawe.

C. Sumber data

Sumber data adalah keterangan yang benar dan nyata yang dapat dijadikan dasar kajian.³² Sumber data dalam penelitian ini terbagi lagi menjadi dua jenis sumber data dengan penjelasan sebagai berikut :

1. Data Primer

³¹Lexy J. Moleong, *Metedologi Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi*, (bandung: Remaja Rosda Karya, 2010), h, 3.

³²Hadi Syuaeb, *Kamus Praktis Bahasa Indonesia Lengkap*, (Solo: Sendang Ilmu), h.119.

Data primer adalah data yang yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian sebagai sumber informasi yang dicari. Data primer juga disebut dengan istilah data asli. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah mewawancarai secara resmi kepada setiap *Manager* Hotel pada Perhotelan di Kota Lhokseumawe

2. Data sekunder

Data sekunder diperoleh untuk melengkapi data primer peneliti mencari data Sekunder melalui orang-orang disekeliling perhotelan yang disamping itu pula menjadi pendukung untuk melengkapi penelitian yang mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan-catatan, majalah internet, wibesite, jurnal buku-buku yang berkaitan dengan etika marketing dalam bisnis Islam pada bidang perhotelan.

D. Metode Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data dilakukan dengan cara sebagai berikut :

1. Metode Pengamatan (Observasi)

Observasi atau pengamatan adalah suatu teknik atau cara pengumpulan data dengan jalan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung. Metode ini digunakan untuk mendapatkan informasi secara langsung dari lapangan agar hasil yang diperoleh lebih akurat dan objektif dengan cara mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis dan linear terhadap fenomena-fenomena yang sedang dijadikan sasaran

pengamatan tentang penerapan etika bisnis Islam.³³ Adapun observasi digunakan untuk memperoleh data mengenai upaya penerapan etika bisnis Islam pada Bisnis Perhotelan di Kota Lhokseumawe.

2. Wawancara (*Interview*)

Wawancara (*Interview*) adalah pengumpulan informasi yang dengan melakukan Tanya jawab langsung dengan pihak-pihak terkait yang ada hubungan dengan penelitian ini. Wawancara merupakan komunikasi lisan secara mendalam dengan menggunakan tanya jawab langsung tentang masalah yang akan diteliti. Wawancara dilakukan oleh peneliti dikhususkan kepada *Manager* hotel saja yang ada di Kota Lhokseumawe. Wawancara yang dipakai penulis untuk mengumpulkan data adalah wawancara mendalam (*In-depth-Interview*) yaitu penggalian secara mendalam terhadap satu topik dengan pernyataan terbuka. Penggunaan wawancara untuk mendapatkan data mengenai pelaksanaan etika marketing dalam bisnis Islam pada bisnis perhotelan di Kota Lhokseumawe.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu bisa berbentuk tulisan, gambar dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dokumen atau data tertulis yang berbentuk tulisan yang dikumpulkan. Sumber data tertulis dapat

³³Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&B*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 85.

dibedakan menjadi dokumen resmi, buku, majalah, atau arsip yang berkaitan dengan etika marketing dalam bisnis Islam.

E. Teknik Analisa dan Pengolahan Data

Metode analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi. Dengan cara mengorganisasikan data dalam katagori yang memfokuskan pada etika marketing dalam bisnis Islam dengan menyusun kedalam pola, memilih mana yang lebih penting, dan akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.³⁴ Adapun metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif, yaitu menggambarkan penerapan etika marketing dalam bisnis Islam pada bisnis perhotelan di Kota Lhokseumawe.

Adapun teknik pengolah data yang dilakukan peneliti akan melalui beberapa tahapan, berdasarkan model Miles dan Huberman dengan menggunakan metode analisa data sebagai berikut :

1. Reduksi data (data reduction) berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting seperti pengumpulan data dari beberapa sumber seperti pengunjung dan pelanggan. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas serta akan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, setelah data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya sudah

³⁴*Ibid*,...h. 244.

mencukupi, maka langkah selanjutnya yang dilakukan peneliti adalah mengelompokkan data-data tersebut berdasarkan katagorisasi, berdasarkan wawancara, kalimat dan dokumentasi.

2. Tahapan selanjutnya setelah data reduksi adalah penyajian data (*data display*), penyajian data ini bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat. Dan data yang paling sering disajikan dalam bentuk uraian singkat, yaitu data penelitian kualitatif adalah dalam bentuk teks yang bersifat naratif, sehingga dengan penyajian data ini akan mempermudah untuk memahami apa yang terjadi di dalam penelitian tersebut.
3. Tahap terakhir ini peneliti melakukan *interpotensi data*, yaitu kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data sehingga dapat membuat kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.
4. Metode penyimpulan, yaitu peneliti metode pengambilan kesimpulan data-data yangn telah diolah untuk mendapatkan suatu jawaban, dimana peneliti sudah menemukan jawaban-jawaban dari hasil penelitian yang dilakukan. Dalam tahap ini membuat kesimpulan atau poin-poin penting yang kemudian menghasilkan gambaran secara ringkas.³⁵

³⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&B*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h.247.

F. Teknik Penulisan

Teknik penulisan karya ilmiah ini merujuk pada penetapan Sekolah Tinggi Agama Islam (STAIN) Malikussaleh Lhokseumawe sebagaimana yang berlaku khususnya pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah, baik dalam bentuk format penulisan, pengaturan catatan kaki (*footnote*), jarak spasi dan lain sebagainya.³⁶

³⁶Panduan Karya Ilmiah, *Petunjuk Teknis Penulisan Proposal dan Penelitian, Tahun Akademik 2012/2013*, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Malikussaleh Lhokseumawe, 2012.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perhotelan di Kota Lhokseumawe

Secara umum, ruang lingkup kegiatan subsektor industri hotel meliputi penyediaan jasa dibidang perhotelan dengan segala fasilitas dan sarana penunjangnya yang terdiri dari :

1. Akomodasi yaitu ruang inap beserta seluruh kelengkapannya
2. Perkantoran yaitu ruang kantor beserta fasilitas komunikasi
3. Mushola yaitu ruang khusus untuk beribadah
4. Pusat perbelanjaan yaitu ruang toko beserta fasilitas penunjang
5. Apartemen yaitu ruang huni permanen beserta kelengkapannya
6. Sarana rekreasi dan hiburan yaitu tempat untuk bersantai contohnya restoran, kafe, kolam renang, pusat kebugaran, sauna dan lain-lainnya
7. Sarana penunjang lainnya contohnya area parkir, pusat pelayanan kegiatan bisnis, transportasi dan lain-lain.³⁷

Oleh karena seluruh kegiatan yang tersebut di atas umumnya terintegrasi dalam satu lokasi, maka pihak manajemen hotel biasanya menerapkan konsep responsibility center untuk mengukur dan mengakui pendapatan dan bebannya. Secara umum, pihak manajemen hotel membagi pengelolaan manajemen menjadi dua bagian yaitu,

³⁷<http://meweeks.blogspot.com/2011/12/memahami-ruang-lingkup-usaha-perhotelan.html>

penyediaan jasa selaku profit center dan memelihara sarana dan prasarana selaku cost center.

a. Pengertian Hotel

Hotel adalah suatu bentuk bangunan, lambing, perusahaan, atau badan usaha akomodasi yang menyediakan pelayanan jasa penginapan, penyedia makanan dan minuman serta fasilitas jasa lainnya dimana semua pelayanan itu diperuntukkan bagi masyarakat umum, baik mereka yang bermalam dihotel tersebut ataupun mereka yang hanya menggunakan fasilitas tertentu yang dimiliki hotel itu. Pengertian hotel ini dapat disimpulkan dari beberapa definisi hotel seperti :

1. Salah satu jenis akomodasi yang menggunakan sebagian atau keseluruhan bagian untuk jasa pelayanan penginapan, penyedia makanan dan minuman serta jasa lainnya bagi masyarakat umum yang dikelola secara komersil.³⁸
2. Bangunan yang dikelola secara komersil dengan memberikan fasilitas penginapan untuk masyarakat umum dengan fasilitas sebagai berikut:
 - a. Jasa penginapan
 - b. Pelayanan makanan dan minuman
 - c. Pelayanan barang bawaan
 - d. Pencucian pakaian
 - e. Pengguna fasilitas perabot dan hiasan-hiasan yang ada di dalamnya.

³⁸<http://titisuci3ap134.blogspot.com/>

3. Sarana tempat tinggal umum untuk wisatawan dengan memberikan pelayanan jasa kamar, penyedia makanan dan minuman serta akomodasi dengan syarat pembayaran.

Hotel merupakan suatu tempat yang digunakan untuk menginap dan mungkin juga digunakan untuk acara pertemuan atau juga bisa digunakan sebagai tempat acara pernikahan. *Reservasi* hotel yaitu hal yang dilakukan seseorang guna mendapatkan informasi serta memesan hotel atau tempat penginapan yang diinginkan. Biasanya ketika seseorang melakukan *reservasi* hotel membutuhkan waktu yang lama karena harus datang secara langsung menuju hotel tersebut, selain itu harus menunggu *receptionis* melihat data-data pengguna kamar di dalam buku daftar tamu secara manual.³⁹

b. Karakteristik Hotel

Perbedaan antara hotel dengan industri lainnya adalah :

- a. Industri hotel tergolong industri yang padat modal serta padat karya yang artinya dalam pengelolaannya memerlukan modal usaha yang besar dengan tenaga pekerja yang banyak pula.
- b. Dipengaruhi oleh keadaan dan perubahan yang terjadi pada sektor ekonomi, politik, sosial, budaya, dan keamanan dimana hotel tersebut berada.

³⁹<http://titisuci3ap134.blogspot.com/>

- c. Menghasilkan dan memasarkan produknya bersamaan dengan tempat dimana jasa pelayanannya dihasilkan.
- d. Beroperasi selama 24 jam sehari, tanpa adanya hari libur dalam pelayanan jasa terhadap pelanggan hotel dan masyarakat pada umumnya.
- e. Memperlakukan pelanggan seperti raja selain itu juga memperlakukan pelanggan sebagai partner dalam usaha karena jasa pelayanan hotel sangat tergantung pada banyaknya pelanggan yang menggunakan fasilitas hotel tersebut.

c. Jenis Hotel

Menurut Tarmoezi, penentuan jenis hotel tidak lepas dari kebutuhan pelanggan, ciri, atau sifat khas yang dimiliki wisatawan. Berdasarkan hal tersebut, dapat dilihat dari lokasi di mana hotel dibangun, sehingga dikelompokkan sebagai berikut.

a. City Hotel

Hotel yang berlokasi di perkotaan, biasanya diperuntukkan bagi masyarakat yang bermaksud untuk tinggal sementara (dalam jangkawaktu pendek). *City Hotel* disebut juga sebagai transit hotel karena biasanya dihuni oleh para pelaku bisnis yang memanfaatkan fasilitas dan pelayanan bisnis yang disediakan oleh hotel tersebut.⁴⁰

⁴⁰<http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/65888/Chapter%20I.pdf?sequence=5&isAllowed=y>

b. Residential Hotel

Hotel yang berlokasi di daerah pinggiran kota besar yang jauh dari keramaian kota, tetapi mudah mencapai tempat-tempat kegiatan usaha. Hotel ini berlokasi di daerah-daerah tenang, terutama karena diperuntukkan bagi masyarakat yang ingin tinggal dalam jangka waktu lama. Dengan sendirinya hotel ini diperlengkapi dengan fasilitas tempat tinggal yang lengkap untuk seluruh anggota keluarga.

c. Resort Hotel

Hotel yang berlokasi di daerah pengunungan (*mountain hotel*) atau di tepi pantai (*beach hotel*), di tepi danau atau di tepi aliran sungai. Hotel seperti ini terutama diperuntukkan bagi keluarga yang ingin beristirahat pada hari-hari libur atau bagi mereka yang ingin berekreasi.

d. Motel (Motor Hotel)

Hotel yang berlokasi di pinggiran atau di sepanjang jalan raya yang menghubungkan satu kota dengan kota besar lainnya, atau di pinggiran jalan raya dekat dengan pintu gerbang atau batas kotabesar. Hotel ini diperuntukkan sebagai tempat istirahat sementara bagi mereka yang melakukan perjalanan dengan menggunakan kendaraan umum atau mobil sendiri. Oleh karena itu hotel ini menyediakan fasilitas garasi untuk mobil.

Sedangkan hotel yang ada di Kota Lhokseumawe yang ingin peneliti teliti adalah jenis hotel City Hotel dan Motel (motor hotel) yang berlokasi di pinggiran jalan raya dan berada di lokasi perkotaan.

d. Segi Jumlah Kamar Hotel

Menurut Tarmoezi dari banyaknya kamar yang disediakan, hotel dapat dibedakan menjadi :

- a. Small hotel : jumlah kamar yang tersedia maksimal sebanyak 28 kamar
- b. Medium hotel : jumlah kamar yang tersedia antara 28-299 kamar.
- c. Large hotel : jumlah kamar yang di sediakan sebanyak lebih dari 300 kamar⁴¹.

e. Klasifikasi Hotel

Menurut keputusan Direktorat Jendral Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi no 22/U/VI/1978 Tanggal 12 Juni 1978, klarifikasi hotel dibedakan dengan menggunakan simbol Bintang 1 sampai dengan 5. Semakin banyak bintang yang dimiliki oleh hotel maka semakin bagus pula kualitas hotel tersebut. Penilaian pada setiap hotel dilakukan setiap 3 (tiga) tahun sekali dengan tatacara serta penetapannya dilakukan oleh Diktorat Jendral Pariwisata.

f. Fasilitas Usaha Hotel

Hotel merupakan bagian yang integral dari usaha pariwisata yang menurut Keputusan Menparpostel disebutkan sebagai suatu usaha akomodasi yang dikomersialkan dengan menyediakan fasilitas-fasilitas sebagai berikut:

⁴¹<http://dewaperhotelan.blogspot.com/2014/10/gambaran-umum-perhotelan.html?m=1>

1. Kamar tidur (kamar tamu)
2. Makanan dan minuman
3. Pelayanan-pelayanan penunjang seperti tempat rekreasi, fasilitas olahraga, fasilitas laundry, restoran, dan lainnya.

Hotel merupakan usaha jasa pelayanan yang cukup rumit pengelolaannya, dengan menyediakan berbagai fasilitas dan dapat dipergunakan oleh tamu-tamunya selama 24 jam (untuk klarifikasi hotel berbintang 4 dan 5). Disamping itu, usaha perhotelan juga dapat menunjang kegiatan para usahawan yang sedang melakukan perjalanan usaha ataupun parawisatawan pada waktu melakukan perjalanan untuk mengunjungi daerah-daerah tujuan wisata dan butuhkan tempat untuk menginap, makan dan minum serta hiburan. Disamping itu seringkali disediakan sarana penunjang dan layanan yang ramah mulai dari pimpinan puncak sampai karyawan pelaksana diperlukan untuk memberikan kepuasan kepada setiap tamu.

g. Departemen Dalam Hotel

1. Room Departemen
 - a. Front Office, berfungsi dalam memberikan pelayanan pada bagian depan hotel
 - b. Room division, berfungsi dalam administrasi yang berkaitan dengan kamar
 - c. Housekeeping, berfungsi dalam masalah penyiapan dan pembersihan kamar

- d. Recervation, berfungsi untuk menerima recervasi dari tamu dan agen
- e. Roommaid/roomboy, berfungsi menyiapkan dan membersihkan kamar
- f. Bellboy, memberikan pelayanan mengantar dan membawa barang tamu
- g. Operator, berfungsi memberikan memberikan pelayanan melalui telepon

2. Food and Beverage Departement

- a. Cook, berfungsi menyiapkan menu sesuai order dan bertugas pada F dan B produksi
- b. Steward, berfungsi untuk membantu cook untuk membersihkan peralatan dapur
- c. Waiter/waitress, berfungsi memberikan pelayanan pada tamu dan bertugas pada F dan B service

3. Accounting Departement

- a. General cashier, berfungsi mengadministrasikan penerimaan dan pengeluaran kas dan bertugas pada back office
- b. Income auditor, berfungsi melaporkan pendapatan hotel dan bertanggung jawab atas pengendaliannya
- c. Credit, berfungsi melakukan analisa kredit dan kebutuhan modal kerja hotel
- d. Staff, berfungsi membantu pengadministrasian piutang dan hutang

- e. Marketing/sales, berfungsi dalam administrasi pemasaran hotel
 - f. Personnel, berfungsi dalam administrasi karyawan hotel
4. Monor Departement
- a. Operator, berfungsi memberikan pelayanan telepon
 - b. Laundry, berfungsi memberikan pelayanan laundry
 - c. Sport, berfungsi memberikan pelayanan fasilitas olahraga
 - d. Sauna dan lain-lain.⁴²
5. Fungsi lain
- a. Purchasing, berfungsi melakukan pembelian barang keperluan hotel
 - b. Security, berfungsi menjaga keamanan hotel
 - c. Houseman, berfungsi melakukan pembersihan area luar kamar.

h. Fungsi dan Peranan Hotel

Fungsi utama dargi hotel adalah sebagai sarana memenuhi kebutuhan tamu (wisatawan atau pelancong sebagai tempat tinggal sementara selama jauh dari tempat asalnya. Pada umumnya kebutuhan utama para tamu hotel adalah istirahat, tidur, mandi, makan, minum, hiburan dan lain-lain. Namun dengan perkembangan dan kemajuan hotel sekarang ini, fungsi hotel bukan saja sebagai tempat untuk menginap dan beristirahat bagi para tamu, namun fungsinya bertambah sebagai tujuan

⁴²<http://perhotelan.org/indonesia/>

konferensi, seminar, lokal karya, musyawarah nasional dan kegiatan lainnya semacam itu yang tentunya menyediakan sarana dan prasarana yang lengkap.

Dengan demikian fungsi hotel sebagai suatu sarana komersial berfungsi bukan hanya untuk menginap, beristirahat, makan dan minum saja tetapi juga sebagai tempat melangsungkan berbagai macam kegiatan sesuai dengan tujuan pasar hotel tersebut. Dalam menunjang pembangunan Negara, usaha perhotelan memiliki peran antara lain :⁴³

1. Meningkatkan industri rakyat, hotel banyak memakai barang-barang yang di produksi oleh industri rakyat, seperti meubel, bahan pakaian, makanan, minuman, dan lain sebagainya.
2. Menciptakan lapangan kerja
3. Membantu usaha pendidikan dan latihan
4. Meningkatkan pendapatan daerah dan Negara
5. Meningkatkan devisa Negara
6. Meningkatkan hubungan antar bangsa.

Kota Lhokseumawe selain sebagai pusat pemerintahan, pendidikan dan perekonomian juga termasuk menjadi pusat perdagangan. Perusahaan barang dan jasa yang melakukan aktifitas kegiatannya di Kota Lhokseumawe untuk tahun 2001 tercatat sebanyak 775 buah dalam bidang perdagangan. Selain perusahaan besar, pedagang usaha menengah dan kecil yang berskala mikro tampak mewarnai kehidupan perekonomian di sektor perdagangan yang marak berkembang disebagian

⁴³<http://anditripea.blogspot.com/2011/05/fungsi-dan-peranan-hotel.html>

besar masyarakat Kota Lhokseumawe. Secara kuantitas mungkin perkembangan tersebut tidak merupakan masalah, tetapi dari segi kualitas masih perlu dikembangkan dan ditingkatkan melalui penciptaan usaha yang kondusif dalam memanfaatkan setiap peluang yang ada bagi para pengusaha untuk mampu bersaing dan meningkatkan produksinya dengan memanfaatkan semaksimal mungkin potensi sumber daya yang tersedia, terutama sumber daya lokal.⁴⁴

Salah satu bisnis yang unggul saat ini adalah usaha bisnis dalam bidang perhotelan yang ada di Kota Lhokseumawe pada saat ini usaha bisnis perhotelan di Kota Lhokseumawe sangatlah berkembang, dimana ada beberapa hotel yang memang sudah menjadi pilihan bagi para wisatawan atau karyawan perkantoran yang sedang menjalani penugasan kerja di Kota Lhokseumawe.

Di kota Lhokseumawe ada 4 hotel yang sering padat pengunjung dan inilah nama-nama beserta alamat hotel yang ada di Kota Lhokseumawe yang ingin peneliti teliti antara lain :

1. Hotel Lido Graha

Beralamat pada Jl. Medan-B.Aceh, Meunasah Mee, Muara Dua Kota Lhokseumawe, Aceh.

2. Hotel Singapore

Beralamat pada Jl. Merdeka Barat, Mon Geudong, Banda Sakti Kota Lhokseumawe, Aceh.

3. Hotel Wington

⁴⁴<http://ciptakarya.pu.go.id/profil/profil/barat/nad/lhokseumawe.pdf>

Beralamat Jl. Sukaramai No 13-15, Lhokseumawe Banda Sakti, Kota
Lhokseumawe, Aceh.

4. Hotel Diana

Beralamat Jl. Merdeka Timur, Mon Geudong, Banda Sakti, kota Lhokseumawe,
Aceh

Di Kota Lhokseumawe perkembangan pariwisata mengalami perubahan yang sangat cepat, tidak mengherankan jika industri di bidang pariwisatalah yang sekarang banyak dipilih untuk di kembangkan oleh sebagian masyarakat Kota Lhokseumawe. Saat ini banyak di temukan tempat - tempat wisata yang baru, di sisi lain jumlah hotel di kota Lhokseumawe juga bertambah semakin banyak dengan berbagai macam variasi hotelnya yang membuat semakin banyak pilihan bagi para wisatawan, akan tetapi hal itu juga akan menyulitkan bagi para wisatawan dalam hal memilih dan memperoleh informasi yang di perlukan oleh para wisatawan.⁴⁵

Bagi para wisatawan hampir tidak pernah mengalami kesulitan dalam hal memperoleh informasi mengenai hotel yang akan di pilih baik itu informasi harga, fasilitas dan layanan yang diberikan hotel tersebut bagi wisatawan. Karena Tidak dipungkiri lagi para wisatawan kadang merasa lebih nyaman dalam hal memesan hotel di Kota Lhokseumawe, dikarenakan wisatawan tidak harus datang ke hotel untuk pemesanan. Melainkan hanya sekedar mencari informasi memalui website perhotelan yang ada di Kota Lhokseumawe. wisatawan harus juga pintar memilih

⁴⁵<http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/65888/Chapter%20I.pdf?sequence=5&isAllowed=y>

harga serta fasilitas hotel tersebut. Karena di Kota Lhokseumawe terdapat beberapa hotel yang disediakan bagi para wisatawan dengan harga yang terjangkau dan sangat bervariasi.⁴⁶

B. Etika Marketing Bisnis Perhotelan di Kota Lhokseumawe

Dalam bisnis perhotelan juga ada etika dalam bidang pemasaran sama halnya dengan bisnis pemasaran yang telah menerapkan sistem 4P dalam marketing yaitu :

1. *Promosion* : yaitu promosi yang dilakukan oleh pihak hotel dalam memasarkan kualitas hotel bisa dalam bentuk promosi melalui sosial media seperti FB, IG, Wabsite atau Traveloka yang mampu di jangkau oleh setiap wisatawan yang berada di luar daerah yang akan memesan hotel tersebut dan tidak perlu membuang waktu untuk datang ke hotel hanya untuk observasi saja.
2. *Place* : Yaitu tempat atau lokasi perhotelan yang sangat mudah dijangkau, ada beberapa hotel yang letak lokasinya sangatlah strategis, dimana dekat Dengan Jln Medan-B.Aceh dan jalan masuk ke area Kota Lhokseumawe bahkan ada pula yang letaknya tepat di pusat kota dan dekat

⁴⁶<http://eprints.umpo.ac.id/2709/2/2..BAB%20I.pdf>

dengan jajanan pinggir jalan yang sudah menjadi jajanan khas kota Lhokseumawe hingga sangat mudah jika pengunjung hotel ingin berkuliner di tempat ini.⁴⁷

3. *Price* : Yaitu tarif harga kamar pada masing-masing hotel yang sangat bervariasi tergantung jenis atau tipe kamar yang ingin di pesan misalnya untuk ruangan standar diatas Rp. 300.000 Serta harga paket ruangan meeting (meeting room) yang akan di pesan juga berbeda-beda tergantung kapasitas ruangan dan harga meeting room diatas harga Rp.1.000.000-. harga juga bisa berbeda pada setiap hotel.
4. *Product* : Yaitu jika dalam bisnis pemasaran *product* adalah suatu barang yang dipasarkan tetapi jika dalam bisnis perhotelan *product* yang dimaksud adalah suatu pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel guna untuk memberika kepuasan pelanggan agar dapat memeberikan kepuasan atau kenyamanan pada tiap-tiap pelanggan atau pengunjung yang ingin memilih hotel tersebut, pelayanan yang diberika tidak harus dari karyawan hotel atau resepsionis saja bahkan sebagai pemimpin yaitu manager hotel pun harus turut ikut dalam melayani pengunjung dalam hal keluhan atau komplek yang diterima dari pelanggan.

⁴⁷Jurnal Rani Silvia Pebrian (strategi 4p.price, place, product, promotion) terhadap peningkatan kinerja bidakara hotel group), PDF, 2017.

C. Analisis Masing-masing Hotel Di Kota Lhokseumawe

1. Hotel Lido Graha

Hotel ini sudah berdiri lama di Kota Lhokseumawe tepatnya pada tahun 1980an dan sekarang sudah berumur 40 tahun lamanya dan hotel ini juga dikenal sebagai hotel pertama yang berdiri di Kota Lhokseumawe. Karena hotel ini sudah menjadi hotel pertama di kota Lhokseumawe maka hotel ini sudah dikenal sebagai hotel tertua di Kota Lhokseumawe oleh masyarakat secara umum dan sudah pasti pihak hotel sendiri melakukan promosi secara terbuka dan juga melakukan promosi kepada instansi-instansi terkait pemerintahan saja karena promosi melalui brosur ataupun iklan pada umumnya belum dilakukan sedangkan melalui sosial media sudah diterapkan yaitu sosial media berupa facebook dan instagram (FB & IG) saja.

Jika berbicara tentang kualitas pelayanan pihak hotel Lido Graha sudah memenuhi standar pelayanan yang diberikan oleh setiap hotel, hanya saja kepuasan pada setiap pelanggan itu berbeda-beda hingga tidak bisa dipastikan bahwa pelanggan tersebut sudah puas atau tidak dengan pelayanan tersebut karena pelanggan tersebut memiliki tingkat kepuasan serta kenyamanan masing-masing pribadi yang berbeda-beda. Dalam hal menarik perhatian pelanggan agar tertarik untuk mengunjungi hotel maka pihak hotel perlu melakukan promosi semenarik mungkin terutama melakukan promosi melalui Sosial Media serta informasi-informasi yang di dapatkan dari pengalaman pengunjung hotel yang telah menginap di hotel Lido Graha.

Keutamaan hotel ini dalam hal menarik perhatian dan minat pelanggan agar dapat berkunjung ke hotel ini adalah fasilitas hotel yang memang dibutuhkan oleh

setiap pengunjung dan wisatawan yaitu fasilitas yang tersedia seperti kolam renang yang menjadi keutamaan hotel ini, karena hanya hotel Lido Graha yang memiliki fasilitas kolam renang yang bisa di kunjungi oleh pelanggan dan masyarakat umum dengan ketentuan yang berlaku. Dengan adanya kolam renang ini menjadi salah satu keunggulan kelebihan hotel ini dan hotel ini juga termasuk kedalam hotel berbintang 3 (tiga) jadi fasilitas kolam renang sudah menjadi kelebihan hotel ini yang tidak dimiliki oleh hotel yang lain dan hal itu lah yang menjadi daya tarik tersendiri bagi para pengunjung atau wisatawan yang ingin datang dan menginap ke hotel Lido Graha.⁴⁸

Dalam hal persaingan hotel yang ada di Kota Lhokseumawe ini memiliki kelebihan yang berbeda-beda, hotel Lido Graha adalah hotel pertama ada di Lhokseumawe dan bangunannya pun sudah kelihatan seperti bangunan tua serta fasilitas yang ada didalam ruang kamar pun tidak baru lagi hingga sekarang sudah ada beberapa ruang kamar yang sudah di renovasi hingga tampak seperti baru lagi. Oleh karena itu persaingan hotel ini dengan hotel lainnya sangat tertinggal jika dibandingkan dengan tampilan bangunan hotel-hotel yang tidak lama sudah bertamabah di Kota Lhokseumawe. Kelebihan lainnya juga dimiliki oleh Hotel ini yaitu hotel ini memiliki ruang meeting (meeting room) sebanyak 5 (lima) ruangan hingga berkapasitas 600 orang dalam 1 ruang meeting dan itulah yang menjadi keunggulan hotel ini. Sedangkan untuk masalah kamar hotel ini jauh tertinggal

⁴⁸Hasil Wawancara Dengan Manager Marketing Hotel Lido Graha Kota Hokseumawe Pada Tanggal 3 April 2019

dibandingkan dengan hotel lainnya yang tidak lama ini baru berdiri di kotaLhokseumawe.

Setiap Bisnis Perhotelan yang ada di Kota Lhokseumawe sudah memenuhi syari'at Islam salah satunya yaitu Hotel Lido Graha dan telah menerapkan ketentuan bagi pengunjung yang datang dimintai keterangan dan melihat ktp atau surat nikah bagi pasangan yang datang ke hotel untuk menginap.Hal ini menjadi ketentuan umum jika ingin menginap di perhotelan Kota Lhokseumawe. Pada tahun 80-an yaitu pada awal berdirinya hotel ini memiliki diskotik dan bar sudah tutup sejak tahun 2004 sedangkan tempat olahara serta bilyar sudah tutup pada tahun 2016 silam. tempat ini ditutup sejak berlakunya syari'at Islam pada bisnis perhotelan. Hampir semua perhotelan dikota Lhokseumawe memiliki peraturan dan ketetapan syari'at Islam. Setiap pengunjung yang datang di mintai keterangan seperti memperlihatkan identitas diri atau surat nikah bagi pasangan yang datang untuk menginap, jika pengunjung tidak dapat memperlihatkan bukti nikah seperti surat atau buku nikah maka pihak hotel akan mengeluarkan surat pernyataan bahwasannya pasangan yang datang untuk menginap adalah suami istri dan siap menandatangani surat pernyataan tersebut maka jika terjadi sesuatu terjadi yang tidak diinginkan maka pihak hotel tidak bertanggung jawab sepenuhnya⁴⁹

Tarif harga kamar pada hotel ini sudah sesuai dengan yang di pasarkan atau di promosikan, hotel ini juga memiliki waktu tertentu untuk memberikan harga diskon atau promo yaitu pada saat bukan Ramadhan pihak hotel memberikan harga diskon

⁴⁹Ibid., pada tanggal 3 April 2019

20% sampai dengan 27% atau setiap ada pihak yang membuat kegiatan dan menggunakan gedung di hotel maka pihak hotel akan memberikan harga diskon atau promo tertentu. Untuk fasilitas hotel ini tersendiri sudah sangat sesuai dengan yang telah dipasarkan oleh pihak hotel, tetapi untuk sementara waktu dalam hal kenyamanan mungkin sedikit terhambat dikarenakan fasilitas hotel seperti Lift pada saat ini tidak berfungsi karena masih dalam keadaan rusak dan belum diperbaiki hingga menjadi hambatan bagi para tamu dan pengunjung hingga harus melewati tangga untuk sementara waktu.

Yang menjadi pendukung utama dalam hal menarik perhatian pengunjung adalah salah satu fasilitas dari hotel ini yaitu kolam renang yang tidak dimiliki oleh hotel lain. Hal ini lah yang membuat pengunjung lebih memilih hotel ini karena tidak hanya pengunjung sebagai tamu atau penginap tetapi juga masyarakat umum yang dapat menikmati fasilitas tersebut seperti anak-anak dari sekolah atau keluarga yang ingin mengajak anak bermain dan belajar berenang, tetapi juga hal itu sudah ditentukan waktu dan tarif bagi anak-anak sekolah atau pengunjung luar yang datang dihari kerja.

Adapun masalah yang sering muncul dalam bisnis perhotelan yaitu dalam hal komplek atau rasa tidak puas terhadap fasilitas atau pelayanan yang diajukan oleh pelanggan hotel sudah pasti ada pada setiap masalah perhotelan, tetapi tergantung instansi bagaimana cara mengatasi dan menanggapi saja. Ada beberapa pengunjung yang mengajukan komplek langsung kepada manager karena merasa tidak puas dengan beberapa fasilitas yang diberikan tetapi ada pula beberapa pengunjung yang

merasa nyaman dengan fasilitas yang sama oleh pelanggan tersebut, misalnya dalam ruangan kamar yang sebagian kamar pada hotel ini belum atau sedang dalam masa renovasi dan ada beberapa kamar juga yang sudah di renovasi, karena bangunan pada hotel ini juga sudah terlihat tua ada beberapa pengunjung yang tidak suka setelah menerima kamar yang belum direnovasi maka dari itu pengunjung mengajukan keluhan. dalam hal ini dapat diberi kesimpulan bahwa kepuasan para pengunjung sangatlah berbeda-beda karena setiap individu memiliki kepuasan dan kenyamanan dengan cara mereka masing-masing. Meskipun begitu sebagai manajer hotel tetaplah harus menanggapi keluhan tersebut dengan senang hati karena tidak banyak dari mereka yang mengajukan keluhan dalam hal seperti saran untuk membangun kualitas pelayanan agar lebih baik lagi.

Untuk kualitas kamar pada hotel ini juga sudah termasuk sangat memadai dan lengkap misalnya untuk kamar tipe standar sudah dilengkapi dengan fasilitas kamar full AC dan Kasur single atau double, untuk kamar mandi sudah dilengkapi dengan shower dan bak mandi serta ada air panas dan air dingin juga. Untuk tipe kamar standar ini berada di lantai 3 (tiga) pada bangunan hotel ini.

2. Hotel Singapore

Hotel ini sudah berdiri selama kurang lebih 3 tahun, tepatnya pada tanggal 28 oktober 2016 hotel ini sudah ada. Alasan kenapa hotel ini dinamai dengan nama Singapore adalah karena pemilik hotel ini sendiri memiliki beberapa usaha di bidang olahraga dan kontraktor yang telah diberi nama Singapore jadi hotel yang tidak lama

berdiri ini juga diberi nama yang sama oleh pemilik hotel tersebut yaitu “Hotel Singapore”. Masyarakat ataupun wisatawan yang datang berkunjung ke hotel ini sudah pasti ramai karena berdasarkan pengalaman pengunjung atau pelanggan yang pernah menginap di hotel ini yang menjadi alasan pengunjung untuk memilih menginap di hotel ini. Selain itu dari pihak marketing dari hotel ini juga melakukan promosi secara online di website dan sosial media seperti IG dan Fb saja.

Untuk kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel ini sudah berpedoman pada sistem perhotelan yang berlaku pada setiap bisnis perhotelan dan telah diterapkan pada setiap hotel yang ada di Kota Lhokseumawe. Pihak hotel sudah pasti melakukan promosi sebaik mungkin guna untuk menarik minat pengunjung untuk memilih hotel ini sebagai tempat istirahatnya dengan memberikan pelayanan yang terbaik agar dapat memberikan kepuasan kepada setiap pengunjung yang datang tidak hanya kepada penginap tetapi juga kepada pengunjung yang datang untuk rapat kerja atau yang menggunakan gedung pada hotel ini untuk acara-acara tertentu. Dengan adanya kepuasan yang diberikan kepada pelanggan maka pelanggan dapat merekomendasikan kepada teman-teman atau rekan kerjanya untuk memilih hotel ini sebagai tempat persinggahannya, hal ini juga menjadi salah satu promosi nyata yang diberikan berdasarkan pengalaman pelanggan.⁵⁰

Setiap hotel pasti memiliki persaingan dalam bisnis perhotelan namun bukan berarti saling bersaing secara tidak sehat maksudnya persaingan yang ada pada setiap

⁵⁰Hasil Wawancara Dengan Said Alimuddin, Manager Hotel Singapore Kota Hokseumawe Pada Tanggal 4 April 2019

hotel ini adalah tidak menjelekan hotel satu sama lain melainkan lebih membangun untuk hotel itu sendiri agar lebih menarik dan tidak kalah dengan hotel lainnya. Hotel ini melakukan persaingan dengan cara meningkatkan fasilitas pendukung lainnya dan kualitas pelayanannya, agar tidak ada pengunjung yang kecewa karena telah memilih hotel ini untuk menginap dan pelanggan juga dapat menilai sendiri bagaimana kualitas hotel tersebut.

Dalam setiap hotel bidang marketingnya sudah pasti berbeda pula misalnya dalam hal tarif harga kamar pada masing-masing hotel bervariasi. Misal tarif harga kamar pada hotel Singapore yaitu, untuk tipe kamar Superior senilai Rp. 400.000-, tipe kamar Deluxe Rp. 500.000-, dan tipe kamar Suite Rp. 600.000-.⁵¹ Hotel ini telah menerapkan harga khusus untuk semua instansi maka pihak hotel tidak bisa memberikan harga diskon lagi kecuali pada waktu tertentu misalnya pada bulan Ramadhan akan diberikan harga promo khusus bulan Ramadhan saja tidak berlaku pada bulan-bulan lain. Fasilitas hotel yang telah dipasarkanpun sudah sesuai dengan fasilitas yang ada pada hotel. Pihak hotel juga sudah pasti menyediakan fasilitas yang mampu membuat pelanggan nyaman hingga pelanggan mendapatkan kepuasan dalam pelayanan dan akan sering berkunjung lagi pada hotel ini. Fasilitas kamar yang cukup memadai yaitu sudah dilengkapi AC, Wifi, Tv Channel, dan dilengkapi Brakfast untuk 2 Orang serta air mineral untuk 2 orang, hal inilah yang dicari oleh para wisatawan dengan fasilitas yang lengkap dan memadai.

⁵¹ Ibid., pada tanggal 4 April 2019

Yang menjadi pendukung promosi hotel ini adalah lokasi yang strategis tentunya. Hotel Singapore Lhokseumawe ini terletak dipinggir jalan masuk menuju pusat Kota Lhokseumawe atau di jalan raya sehingga memudahkan pengunjung untuk menemukan letak hotel ini. Dengan lokasi hotel yang strategis bagi pengunjung yang datang dengan menggunakan kendaraan umum seperti bus jangan khawatir karena hotel ini dekat dengan terminal bus kota hanya berjarak kurang lebih 100 Meter dan mampu ditempuh dengan berjalan kaki dalam waktu beberapa menit saja. Untuk tempat makan yang ada disekitar hotel Singapore Lhokseumawe terdapat beberapa tempat makan Caffe & Resto seperti Resto Dunia Coin, D'Naya Resto dan Relax Container Coffe.

Masalah yang sering muncul dalam bisnis perhotelan salah satunya adalah pengajuan komplek dari pihak Pengunjung atau pelanggan hotel. Dalam hal komplek yang diberikan pada hotel Singapore yaitu komplek masalah air yang tidak begitu memuaskan. Memang kawasan perhotelan ini bermasalah dalam kondisi air yang terkadang tidak jernih atau terkadang air nya memiliki rasa payau atau bahkan asin dengan waktu tertentu. Hal ini disebabkan karena lokasi hotel yang dekat dengan lahan tambak dan tidak terlalu jauh juga dengan kawasan laut.

Ada waktu tertentu dimana air nya terkadang jernih dan tawar seperti air biasanya bisa disimpulkan bahwa bagus atau tidaknya air tergantung musiman misalnya, saat musim hujan air akan berubah warna dan rasa tetapi jika musim kemarau air akan normal. Solusi yang diambil oleh pihak hotel yaitu harus membeli

air pam sebagai pelengkap agar pelanggan tidak kekurangan atau terbatas dalam menggunakan air untuk mandi ataupun berwudhu.

3. Hotel Winton

Hotel Winton sudah ada pada tanggal 26 Februari 2017 dan pada saat ini tepatnya sudah 2 tahun lebih hotel ini berada di pusat Kota Lhokseumawe. Bagunan hotel sangatlah sederhana tetapi terlihat mewah dari desain yang memang menarik perhatian para wisatawan ataupun masyarakat setempat. Perhotelan ini juga sudah menjadi usaha keluarga sekarang menjadi usaha bisnis perhotelan yang telah dijalani oleh sang cucu sebagai maneger hotel Winton.

Untuk awal berjalannya bisnis perhotelan ini tentunya memerlukan promosi agar diketahui keberadaannya sebagai hotel yang berkualitas, hotel ini dikenal secara umum dengan cara informasi dari mulut ke mulut maksudnya adalah informasi yang diberikan dari pengalaman yang sudah menginap di hotel. Setelah berjalan dalam waktu 3 bulan pihak marketing hotel melakukan promosi melalui Website dan Traveloka serta dilengkapi dengan sosial media yaitu seperti FB dan IG.

Untuk kualitas pelayanan pihak hotel sudah melakukan yang terbaik untuk kepuasan pelanggan tentunya tetapi untuk standar promosinya hotel ini masih ada beberapa kekurangan jika dibandingkan dengan hotel lain yang ada di Kota Lhokseumawe. Tingkat promosi yang dilakukan guna untuk menarik minat pelanggan untuk memilih hotel ini sebagai tempat peristirahatan yang nyaman salah

satunya adalah dengan adanya harga promo tentunya, diskon harga diberikan oleh pihak hotel untuk tarif kamar hotel dan diskon juga berlaku kepada instansi dari pihak BPJS Kesehatan atau BPJS ketenagakerjaan.⁵² Ada beberapa hal yang menjadi keunggulan dari hotel ini salah satunya adalah view atau tampilan hotel yang sangat menawan yang hampir mirip dengan hotel berbintang dan hotel ini juga menjadi hotel yang tinggi bangunannya dibandingkan dengan hotel lainnya hal itulah menjadi sebuah kelebihan dari hotel ini.

Hotel Winton berada di pinggir jalan pusat Kota Lhokseumawe sehingga cukup mudah untuk ditemukan dan sangat strategis karena lokasi Perhotelan ini dikelilingi dengan pusat jajanan kuliner khas Kota Lhokseumawe dan dapat menikmati pemandangan ke arah laut.

Dalam hal persaingan bisnis perhotelan menurut manager hotel saat ini kualitas hotel Winton berada di depan hal itu dilihat dari respon-respon positif dari para pelanggan yang pernah menginap di hotel Winton. Jadi kalau untuk persaingan pihak hotel tetap meningkatkan pelayanan karena bisnis perhotelan ini sangat mengutamakan pelayanan atau sering disebut bisnis perhotelan juga menjual jasa.

Hotel Winton juga telah menerapkan ketentuan syariat Islam sejak berdirinya hotel ini sudah berlaku. Sama halnya dengan hotel-hotel yang lainnya peraturan atau kebijakan untuk syariat Islam ini sudah menjadi persyaratan utama untuk pengunjung yang ingin menginap di perhotelan Kota Lhokseumawe. Hotel Winton juga

⁵²Hasil Wawancara Dengan Ibu Nurul Husna, Manager Hotel Winton Kota Hokseumawe Pada Tanggal 5 April 2019

memasarkan tarif harga sesuai dengan tarif yang telah berlaku di hotel, akan tetapi pihak marketing akan memberikan potongan harga terhadap perusahaan-perusahaan yang besar yang akan melaksanakan bisnisnya pada hotel ini diskon yang diberikan hingga 10%.⁵³ Kemudian kalau untuk kerjasama dengan travel pihak hotel akan melakukan evaluasi terlebih dahulu bagaimana suatu perusahaan tersebut. Hotel ini juga memiliki Meeting Room dengan kapasitas 60-80 orang dan memiliki fasilitas seperti Flip Cart, AC, Sound Sistem, Wifi, Infocus dan air mineral sebagai pelengkap fasilitas. Dan ada juga beberapa tipe kamar yaitu seperti tipe kamar Standar Twin & Single, Deluxe Twin & Single, VIP Room dan Suite Room. Harga kamar pun sangat terjangkau dimulai dari harga Rp. 350.000-, hingga paling tinggi sekitar Rp. 750.000-, untuk tipe kamar Suite.

Masalah fasilitas pada hotel ini cukup memadai tetapi ada beberapa yang menjadi kekurangan juga seperti ruang kamar yang tidak begitu luas dan untuk tipe kamar standar hotel ini tidak melengkapinya dengan fasilitas kamar mandi yang tidak ada bathtub (bak mandi) serta kamar hotel keseluruhannya hanya 33 kamar saja. Selain itu semua fasilitasnya lengkap untuk berbagai tipe kamar dengan adanya fasilitas lengkap.

Kelebihan dari hotel ini adalah fasilitas semua tipe kamarnya yang lengkap seperti shower Hot & Cool, Bathtub, Mini Bar, Coffe Maker, Welcome Fruit, AC, Wifi, TV Cable, dan serapan pagi untuk 2 orang sebagai pelengkap fasilitas hotel. Hal inilah yang menjadi keutamaan dari hotel ini dan mampu menarik minat para

⁵³Ibid., pada tanggal 5 April 2019

pengunjung untuk memilih hotel ini. Untuk tipe kamar standar sudah dilengkapi dengan fasilitas full AC, Wifi, untuk kamar mandi dilengkapi Shower Hoot & Cool fasilitas tersebut sudah termasuk fasilitas yang cukup mewah untuk tipe kamar standar. Hotel ini juga mempunyai cafe yang dibuka juga untuk umum dan free Wifi pastinya.

Adapun masalah yang sering muncul terhadap pelanggan yaitu keluhan yang diajukan kepada pihak hotel atau langsung diajukan kepada manager hotel tersebut. Menurut manager hotel Winton semakin banyaknya keluhan yang diberikan oleh pelanggan maka semakin banyak pula masukan yang diberikan kepada pihak hotel untuk memperbaiki kesalahan dan meningkatkan kualitas pelayanannya.⁵⁴ Manager selalu menampung semua keluhan-keluhan yang diberikan oleh pelanggan dalam bentuk apapun misalnya dalam pelayanan, kualitas kamar bahkan tentang makanan sekalipun. Maka dari itu manager sendiri yang mengevaluasinya setiap bulan masalah pelayanan, fasilitas yang tersedia serta makanan yang tersedia.

4. Hotel Diana

Hotel Diana berdiri sejak tahun 2009 hingga saat ini makin terlihat cantik dan bangunan gedung yang simple tapi terlihat mewah. Tepat pada tahun 2019 ini Hotel Diana sudah berdiri selama 10 tahun dan hotel ini pun sudah sangat dikenal oleh masyarakat luas maupun masyarakat setempat. Wisatawan yang berada diluar kotapun

⁵⁴ Ibid., pada tang 1 5 April 2019

sering memilih hotel ini menjadi tempat untuk persinggahan maupun perjalanan bisnis mereka. Hotel ini dikenal dengan adanya promosi melakukan strategi hotel agar dikenal yaitu membuat paket special misalnya, membuat paket untuk bulan ramadhan, memberikan penawaran diskon agar pihak hotel dapat menemukan konsumen yang spesifik dan dengan cara memberikan penawaran-penawaran harga kepada dinas-dinas beserta pemberian pelayanan yang baik dan memuaskan serta adanya program loyalitas konsumen membantu hubungan yang lebih erat dengan konsumen lama dengan cara berkomunikasi melalui Email dll.

Adanya promosi pada perusahaan lokal dan dinas-dinas terkait, promosi dilakukan melalui media sosial seperti FB, IG, Website, Traveloka.

Untuk kualitas pelayanan yang diberikan dari pihak hotel sudah sesuai dengan yang telah di promosikan, pihak hotel sangat mengutamakan kualitas pelayanan karena bisnis perhotelan yang ada sudah pasti menjual jasa dalam bentuk pelayanan yang diberikan guna untuk memenuhi kepuasan atau memberi kenyamanan terhadap pengunjung yang datang. Dalam hal menarik perhatian ataupun minat pengunjung hotel agar memilih hotel tersebut sudah pasti pihak marketing memiliki strategi masing-masing pada setiap hotel misalnya pada hotel Diana dalam hal menarik minat pengunjung mereka membuat harga paket yang unik yang dapat menarik minat pengunjung, program loyalitas yang menarik, kerjasama dengan bisnis lokal, ataupun memberikan *member card* kepada pihak yang bersangkutan.⁵⁵

⁵⁵Hasil Wawancara Dengan Ibu Desi Maria, Manager Hotel Diana Kota Hokseumawe Pada Tanggal 16 April 2019

Respon manager dalam hal persaingan sangatlah berperan dalam bisnis perhotelan, menurut manager sebuah hotel haruslah saling bekerja sama untuk menanggapi pesaing yang ada, manager lebih meningkatkan mutu pelayanan dan kelayakan hotel dalam hal kualitas yang akan ditingkatkan pada masing-masing pihak hotel. Pada setiap hotel tentu adanya suatu kebijakan yang diterapkan oleh pihak hotel guna untuk kemajuan hotel itu sendiri.

Kebijakan yang diterapkan pada hotel ini adalah bahwa setiap tamu yang sudah menjadi *member* berhak mendapatkan diskon harga sebesar 10% dan bahwa setiap pengunjung dapat melakukan *konecting* bisnisnya walau sedang diluar kota apabila tamu yang menginap sudah penuh maka pihak hotel akan merekomendasikan tamu tersebut kehotel yang lainnya. Dalam hal syariat Islam hotel ini sudah menjadi hotel yang bersyariah, hotel ini memakai peraturan sesuai dengan syariat islam bagi tamu suami istri yang tidak bisa menunjukkan buku nikah tidak dibenarkan menginap dan bagi tamu yang menginap wajib melaksanakan shalat pada tempat yang sudah tersedia. Dan hotel Diana juga memberikan fasilitas syariah yang terletak pada *Lobby* Hotel dalam bentuk media TV yang dinyalakan khusus untuk melihat dan mendengarkan lantunan ayat suci Al-Qur'An dengan volume yang besar dalam arti dapat di dengar oleh pengunjung hotel, hal ini yang membedakan hotel Diana dengan hotel-hotel lainnya.

Untuk harga tarif kamar hotel yang dipasarkan sudah sangat sesuai dengan pangsa pasar lokal maupun internasional. Untuk tarif harga kamar pada hotel Diana itu paling rendah sekitar Rp. 100.000-, hingga tarif harga sampai Rp. 800.000-, untuk

tipe Executive Room. Fasilitas yang ada pada hotel juga sudah sesuai dengan yang telah dipasarkan pada masyarakat umum. hotel ini juga sudah memenuhi syarat dan juga sudah dilengkapi dengan fasilitas left, ruang meeting, musholla, dan restoran yang tersedia dalam gedung hingga mempermudah tamu untuk bersantai di restoran tanpa harus keluar mencari tempat untuk bersantai.⁵⁶Yang menjadi fasilitas pendukung dari hotel ini adalah lebih kepada factor jaringan yang diutamakan agar tamu lebih mudah untuk mengakses melalui sosmed dan respon yang cepat akan diberikan oleh pihak hotel.

Untuk fasilitas lainnya seperti fasilitas kamar adanya ruangan full AC, Wifi, Tv serta fasilitas kamar mandi adanya hot, coll shower dan serapan untuk 2 orang sebagai pelengkap fasilitas. Ada hal yang menjadi sebuah masalah dalam bisnis perhotelan misalnya dalam hal komplek yang diberikan tamu beragam dan sudah pasti ada pada setia usaha yang menerima komplek dari tamu, hal tersebut dianggap sebagai saran atau masukan yang diberikan oleh tamu guna untuk kemajuan hotel itu sendiri. Hal tersebut bukan untuk menjatuhkan kualitas hotel melainkan untuk membangun hotel agar lebih baik lagi.

D. Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Marketing Perhotelan di Kota Lhokseumawe

Etika bisnis Islam adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya (yang tidak dibatasi), namun dibatasi dalam perolehan dan pendayaan hartanya (ada

⁵⁶Ibid., pada tanggal 16 April 2019

aturan halal dan haram). Dalam arti pelaksanaan bisnis harus tetap berpegang pada ketentuan syariah (aturan-aturan dalam Al-Qur'an dan Al-Hadist) dengan kata lain, syariat merupakan nilai utama yang menjadi paling strategis maupun taktis bagi pelaku kegiatan ekonomi (bisnis).⁵⁷ Dalam Islam etika sebagai cerminan kepercayaan Islam (iman). Etika memberi sanksi internal yang kuat serta otoritas pelaksanaan dalam menjalankan standart etika. Konsep etika dalam Islam tidak *utilitarian* dan *relative*, akan tetapi mutlak dan abadi. Titik sentral dari etika bisnis Islam adalah untuk menjaga perilaku pelaku bisnis dengan tetap bertanggung jawab karena kepercayaan kepada Allah SWT.⁵⁸

Adapun tinjauan dari etika bisnis Islam terhadap marketing perhotelan yang ada di Kota Lhokseumawe yaitu ditinjau dari segi penetapan syariat Islam yang paling utama, dimana prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang telah ditetapkan sebagai berikut:

- a. Jujur dalam takaran (*quantity*) maksudnya Kejujuran tidak hanya merupakan kunci sukses seorang pelaku bisnis menurut Islam. Tapi etika bisnis modern juga sangat menekankan pada prinsip kejujuran. William C, Byham Dalam pernyataan William C. Byham mengatakan bahwa etika bisnis membangun kepercayaan dan kepercayaan adalah dasar dari pada bisnis modern.
- b. Menjual barang yang baik mutunya (*quality*) maksudnya dalam hal mutu pelaku bisnis harus memberikan barang yang baik mutunya yang berarti tidak

⁵⁷Veithzal Rivai, *Islamic Bussiness and Economic Ethics*, (jakarta : Bumi Akasara, 2012), h.4

⁵⁸Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Daam Perspektif Islam*, (malang : UIN-Malang Press 2007), h.10

mengabaikan tanggung jawab moral dalam dunia bisnis. Karena tanggung jawab merupakan keseimbangan (*balance*) antara memperoleh keuntungan (*profit*) dan memenuhi norma-norma dasar masyarakat baik berupa hukum, etika ataupun adat.⁵⁹

- c. Dilarang menggunakan sumpah maksudnya Dalam Islam perbuatan semacam itu tidak dibenarkan karena juga akan menghilangkan keberkahan sebagaimana sabda Rasulullah SAW :

Dari Abu Hurairah r.a, saya mendengar Rasulullah saw. Bersabda:

“Sumpah itu melariskan dagangan, tetapi Penghilang keberkahan” (HR. Abu Dawud).⁶⁰

- d. Ramah dan Bermurah Hati maksudnya dalam berbisnis, seorang pebisnis diharapkan bersikap ramah dan bermurah hati kepada setiap *client* karena dengan begitu pebisnis akan mendapat berkah. Wujud refleksi dari sikap ramah yang menyejukkan hati salah satunya yakni senyum sehingga para *client* akan merasa senang.
- e. Membangun hubungan baik antar kolega maksudnya Islam menekankan hubungan konstruktif dengan siapapun, inklud antar sesama pelaku bisnis.

⁵⁹George Chryssiders & John EH Kaler, *An Introduction to Business Ethics* (London: Chapman & Hall, 1993), 249, dalam M. Amin Abdullah dan Iwan Triyuwono, *Etika Muamalah* (Malang: Program Pascasarjana UMM, 1997), h. 80.

⁶⁰Al-Azdi, Sulayman ibn al-Ash-‘ashi Abu Daud al-Sajsatani, *Sunan Abi Daud*, Juz 3, (Libnan: Dar al-Fikr, tt) h. 245.

Islam tidak menghendaki dominasi pelaku yang satu di atas yang lain, baik dalam bentuk monopoli, oligopoly maupun bentuk-bentuk lain yang tidak mencerminkan rasa pemerataan pendapatan.

- f. Menetapkan harga dengan transparan maksudnya Harga yang tidak transparan bisa mengandung penipuan. Untuk itu menetapkan harga dengan terbuka dan wajar sangat dihormati dalam Islam agar tidak terjerumus dalam riba. Meskipun dalam dunia bisnis setiap pelaku bisnis ingin memperoleh keuntungan tapi harus tetap menghormati hak-hak setiap *client*.⁶¹

Pada setiap hotel yang ada di Kota Lhokseumawe telah menerapkan kebijakan berupa peraturan yang telah disesuaikan dengan syariat islam yaitu adanya persyaratan yang berlaku kepada setiap pengunjung yang ingin menginap pada hotel tersebut. Diantaranya :

- a. Memiliki Kartu Tanda Penduduk (KTP)/Buku Nikah/ identitas resmi.
- b. Tidak membawa benda tajam, senjata api dan lainnya
- c. Tidak membawa atau menggunakan narkoba atau barang haram sejenisnya
- d. Bagi yang bukan muhrim, tidak diperbolehkan untuk melakukan reservasi pada hotel tersebut.

Adapun kebijakan-kebijakan yang telah diterapkan untuk melengkapi persyaratan yang berlaku pada setiap hotel rata-rata hampir sama pada masing-masing perhotelan yang ada di Kota Lhokseumawe seperti :

⁶¹Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, 2006, h. 105

1. Kebijakan usia, tamu yang ingin menginap harus berusia minimal 18 tahun untuk dapat *recervasi* dan *check-in* di hotel tersebut.
2. Kebijakan pembatalan, tamu dapat membatalkan *recervasi* melalui sistem *recervasi* hotel atau dengan cara meng-klik *modification request* Email *recervasi* yang dikirimkan di Email tamu dalam batas waktu pembatalan 1x24 jam sebelumnya. Kebijakan ini tidak diterapkan oleh semua hotel yang ada di Lhokseumawe hanya beberapa diantaranya saja.
3. Kebijakan pengguna cek, pihak perhotelan tidak menerima pembayaran dengan cek, semua pelunasan biaya diselesaikan dengan uang tunai atau kartu kredit saja.
4. Kebijakan *chek-in* dan *check-out*, setiap hotel mempunyai waktu *chek-in* dan *chek-out* tetapi untuk perhotelan yang ada di Lhokseumawe hanya menetapkan waktu *check-out* saja yaitu tepat pada pukul 12 : 00 siang. Biaya tambahan berlaku apabila *check-out* lebih siang dan tergantung ketersediaan kamar dan tarif harga.
5. Kebijakan *connecting room*, *connecting room* tersedia hanya tersedia di beberapa kamar saja dan pihak hotel tidak dapat menjamin ketersediaan permintaan karena *connecting room* hanya tersedia pada tipe kamar tertentu dengan tarif harga kamar yang berbeda.
6. Kebijakan kartu kredit, untuk transaksi online demi mengamankan ketersediaan kamar dan harga maka tamu hanya dapat melakukan transaksi dengan kartu kredit visa dan *master card*.

7. Kebijakan mata uang, tarif harga yang telah tersedia adalah harga permalam atau perkamar yang di bayar dengan nilai tukar Rupiah dan tidak menerima pembayaran dengan nilai mata uang asing.
 8. Kebijakan pembayaran, pada saat melakukan pembayaran dengan menggunakan kartu kredit maka kartu yang digunakan dalam bertransaksi haruslah milik pribadi atau tamu tersebut memiliki otoritas dari pemegang kartu tersebut atas segala transaksi yang dilakukan dengan menggunakan kartu kredit tersebut.⁶²
 9. Kebijakan kapasitas kamar, dalam pemesanan kamar hotel untuk 2 orang hanya bisa di tempati 2 orang saja tidak boleh menambah kapsitas kamar menjadi 3 atau 4 orang dewasa dalam satu kamar. Karena kamar hotel sudah dibatasi melalui fasilitas kamar dan tarif harganya.
 10. Kebijakan kepada pengunjung umum, pada beberapa hotel memiliki restoran atau caffe yang bersifat terbuka bagi pengunjung umum boleh siapa saja yang datang untuk menikmati makanan atau minuman di restoran tersebut sambil bersantai bersama keluarganya. Hanya saja pengunjung umum memiliki keterbatasan waktu untuk datang ke cafe atau restoran cafe tersebut karena batas waktu kunjung dari pagi pada pukul 09 : 00 hingga pukul 22 : 00 malam.
- Penerapan etika bisnis Islam yang sesuai dengan syariah adalah dengan menjalankan beberapa prinsip-prinsip syariah dalam bisnis, yaitu tauhid, adil,

⁶²<http://www.sultanjakarta.com/id/page/policy>

bekehendak bebas, tanggung jawab, dan ihsan. Kelima unsur tersebut sangat berpengaruh dalam menjalankan bisnis islam.

1. Tauhid menghasilkan kesatuan dunia dan akhirat, mengantar seseorang pengusaha untuk tidak mengejar keuntungan material semata tetapi keberkahan dan keuntungan yang lebih kekal.

2. Adil artinya dalam aktivitas bisnis, Islam menganjurkan setiap manusia untuk selalu berbuat adil. Islam mengarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta, dan hal Allah dan Rasul-Nya berlaku sebagai *steakholder* dari perilaku adil seseorang. Misalnya dalam bisnis perhotelan yaitu masalah gaji karyawan, pihak hotel telah adil memberi gaji karyawannya sesuai dengan kuantitas kinerja yang mereka berikan. Dalam penetapan harga kamar, menurut para pengunjung harga kamar yang telah ditetapkan oleh pihak hotel telah sesuai dengan fasilitas yang mereka dapat.

3. Berkehendak bebas (*freewill*) artinya manusia yang baik dalam perspektif ekonomi Islam adalah yang menggunakan kebebasan dalam kerangka tauhid dan keseimbangan. Dari hotel-hotel yang peneliti lakukan bahwasannya setiap pimpinan hotel memberikan waktu istirahat kepada karyawan untuk menjalankan ibadah, dan kegiatan lainnya (ISOMA) setiap karyawan mendapatkan waktu 30 menit untuk menjalankan ibadah sholat dan makan. Pimpinan hotel juga memberikan izin cuti atau tidak masuk jikalau terjadi musibah kepada keluarga karyawan dengan batasan keluarga seperti orang tua, suami, istri, anak, adik atau kakak, pihak hotel juga

menerima setiap masukan dan saran yang pengunjung berikan, dimana saran dan masukan tersebut digunakan untuk memperbaiki dan mengembangkan hotel tersebut.

4. Tanggung jawab (*responsibility*) artinya tanggung jawab individu begitu mendasar dalam ajaran-ajaran Islam, dimana Islam menekankan konsep tanggung jawab walaupun tidak mengabaikan kebebasan individu. Dalam praktik bisnis syariah para pelaku bisnis harus memiliki tanggung jawab dalam menjalani pekerjaan yang ditekuninya. Pada hotel-hotel yang telah diteliti bahwasannya setiap karyawan dalam melayani pengunjung selalu berpegang teguh pada prinsip kebenaran, keadilan, keterbukaan dan kejujuran, serta menjalankan tanggung jawab dengan baik.⁶³

5. Ihsan artinya (*benevolence*) dalam melaksanakan bisnis menurut ketentuan syariah, tidak boleh mengabaikan aspek solidaritas, dimana dapat menimbulkan disharmonisasi dalam kehidupan masyarakat. Dalam menjalankannprinsip Islam hotel-hotel yang penulis teliti telah menyediakan makanan yang tetap menjaga kebersihan dan kehalalan pada makanan, kemudian dalam segi berpakaian untuk kariawan pihak hotel mewajibkan untuk berpakaian sopan dan rapi seperti, kariawan wanita menggunakan jilbab, berpakaian yang tidak ketat, untuk kariawan laki-laki menggunakan celana keper. Pihak hotel juga menyediakan sarana hiburan untuk pengunjung seperti televisi yang berada di lobby, untuk dikamar pihak hotel menyediakan tv dan wifi. Menurut pengunjung tamu pada hotel-hotel di Kota Lhokseumawe bahwasannya karyawan yang ada pada hotel tersebut telah menggunakan pakaian yang sesuai dengan syariat Islam.

⁶³Asmuni dan Siti Mujiatun, *Bisnis Syariah*, (Medan : Perdana Publishing, 2013), h. 44

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan, antara lain :

1. Etika Marketing Dalam Bisnis Perhotelan yang ada di Kota Lhokseumawe telah memenuhi unsur syariah sesuai yang telah di atur dalam bisnis ekonomi syariah. Kesesuaian ini dapat dilihat dari penerapan prinsip-prinsip Syariah dalam bisnis, diantaranya : Tauhid, Adil, Berkehendak bebas, Tanggung jawab dan Ihsan.
2. Marketing pehotelan yang ada di Kota Lhokseumawe secara umum telah menerapkan prinsip syariah seperti pengunjung harus memenuhi syarat untuk melakukan *Chek-in* dapat memperlihatkan identitas diri yang asli kepada resepsionis, adanya promosi yang ditawarkan guna untuk menarik perhatian pengunjung untuk memilih hotel tersebut, kesesuaian harga kamar dan fasilitas kamar sudah sesuai dengan promosi yang di pasarkan serta pelayanan yang diberikan sudah sangat memuaskan sesuai dengan yang dibutuhkan oleh pengunjung.

B. Saran

Setelah melalui penelitian yang telah dilakukan di beberapa Hotel di Kota Lhokseumawe, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran, antara lain ;

1. Hotel Lido Graha, Hotel Singapore, Hotel Winton dan Hotel Diana sudah menerapkan prinsip-prinsip syariah dengan baik, namun perlu ditingkatkan lagi agar mampu bersaing dengan hotel-hotel lainnya serta mampu berkembang dan bertanggungjawab atas tuntutan zaman tanpa mengesampingkan prinsip-prinsip syariah.
2. Semoga setiap karyawan hotel dapat selalu menerapkan ajaran Islam khususnya dalam bidang etika marketing dalam bisnis Islam pada setiap kegiatannya.
3. Semakin meningkatkan pelayanan yang sebaik mungkin dan dapat memberikan sesuatu yang baru kepada tamu sehingga membuat tamu semakin nyaman dan senang telah memilih hotel tersebut.

Daftar Pustaka

- Abd Haris, Pengantar Etika Islam. (Sidoarjo: Al-Afkar, 2007)
- Al-Azdi, Sulayman ibn al-Ash-‘ashi Abu Daud al-Sajstani, Sunan Abi Daud, Juz 3, (Libnan: Dar al-Fikr, tt)
- A. Charris Zubair, Kuliah Etika (Jakarta: Raja grafindo Persada, 1995)
- Asmaran, Pengantar Studi Akhlak. (Jakarta: Lembaga Studi Islam dan Kemasyarakatan, 1999)
- Asmuni dan Siti Mujiatun, Bisnis Syariah, (Medan :Perdana Publishing, 2013)
- Basu Swastha DH dan Irawan, Manajemen Pemasaran Modern, (Jakarta: Liberty, 1990)
- Bukhari Alma, Kewirausahaan, (Bandung: Alfabeta, 2011)
- Chapman & Hall, 1993), 249, dalam M. Amin Abdullah dan Iwan Triyuwono, Etika Muamalah (Malang: Program Pascasarjana UMM, 1997)
- EdyMulyana. “Ekonomi Syariah Di serambi Mekkah”,(Aceh : Badan Arsip Dan Kepustakaan, 2009)
- Faisal Badroen dkk. “Etika Bisnis dalam Islam”, (Jakarta :Kencana. 2006)
- Fauzan, EtikaBisnis dalam Pandangan Filsafat Ilmu.
- Hadi Syuaeb, Kamus Praktis Bahasa Indonesia Lengkap, (Solo: Sendang Ilmu)
- Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, Syariah Marketing (Cet. III; Bandung :Mizan, 2006)

Istighfarotur Rahmaniyyah, Pendidikan Etika Konsep Jiwa dan Etika Prespektif Ibnu Maskawaih (Malang: Aditya Media, 2010)

K Bertens, Etika Bisnis Islam, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000)

K. Bertens, Etika, (Jakarta, Gramedia Pustaka Utama, 1993)

Lexy J. Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi, (bandung: Remaja Rosda Karya, 2010)

Made Wiratha, Metode Penelitian Sosial Ekonomi, Ed.I, (Yogyakarta: Andi Offset, 2006)

Marwan Asri, Marketing (Yogyakarta: UPP-AMP YKPNP, 1991)

Maria Ulfa, analisis penerapan prinsip syari'ah di hotel arini syari'ah Surakarta, (universitas muhammadiyah Surakarta, 2012)

Maryamah, dengan judul penelitian etika marketing dalam perspektife konomi Islam, (STAIN Malikussaleh Lhokseumawe, 2015)

Muhammad Djakfar, Etika Bisnis dalam Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi, (Jakarta: Penebar Plus, 2012),

Muhammad Djakfar, Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam, (malang : UIN-Malang Press 2007),

NurIsma, etika pemasaran dalam ketentuan syariah, (STAIN Malikussaleh Lhokseumawe, 2008).

Panduan Karya Ilmiah, Petunjuk Teknis Penulisan Proposal dan Penelitian, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Malikussaleh, Tahun 2012.

Philip Kotler, Manajemen Pemasaran, (Indonesia: PT Macanan Jaya Cemerlang, 2002),

Richard Sihite, Hotel Management, Cet ke-5, (Surabaya: SIC, 2000),

Siti Rohmah, Penerapan Nilai-nilai Etika Bisnis Islam Di Hotel Syariah Yogyakarta, (Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014)

Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&B, (Bandung: Alfabeta, 2011)

Sofyan Harahap, Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam, (Jakarta: Salemba Empat, 2010)

Veithzal Rivai, Islamic Business and Economic Ethics, (Jakarta : Bumi Akasara, 2012)

<http://anditripea.blogspot.com/2011/05/fungsi-dan-peranan-hotel.html>

<http://ciptakarya.pu.go.id/profil/profil/barat/nad/lhokseumawe.pdf>

<http://dewaperhotelan.blogspot.com/2014/10/gambaran-umum-perhotelan.html?m=1>

<http://eprints.umpo.ac.id/2709/2/2..BAB%20I.pdf>

<http://e-journal.uajy.ac.id/165/3/2TA12941.pdf>

<http://meweks.blogspot.com/2011/12/memahami-ruang-lingkup-usaha-perhotelan.html>

<http://perhotelan.org/indonesia/>

<http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/65888/Chapter%20I.pdf?sequence=5&isAllowed=y>

<http://supariasagede.blogspot.com/2014/09/etika-bisnis.html?m=1>

<http://titisuci3ap134.blogspot.com/>

<http://www.sultanjakarta.com/id/page/policy>

LAMPIRAN I

1. Hotel Lido Graha



2. Hotel Singapore



3. Hotel Winton



4. Hotel Diana



LAMPIRAN II

Lampiran Foto Wawancara

1. Hotel Lido Graha



2. Hotel Winton





3. Hotel Singapore



LAMPIRAN III

Tabel Produk dan Harga

1. Hotel Lido Graha Kota Lhokseumawe

No	TipeKamar	HargaKamar
1	Suite Room	Rp. 750.000
2	Superior Room	Rp. 400.000
3	Standart Room	Rp. 350.000
4	Extra Bed	Rp. 200.000

2. Hotel Singapore Kota Lhokseumawe

No	TipeKamar	HargaKamar
1	Suite Room	Rp. 600.000
2	Deluxe Room	Rp. 500.000
3	Superior Room	Rp. 400.000

3. Hotel Winton Kota Lhokseumawe

No	TipeKamar	HargaKamar
1	Suite Room	Rp. 750.000
2	VIP Room	Rp. 650.000
3	Deluxe Single	Rp. 425.000
4	Delux Twin	Rp. 425.000
5	Standart single	Rp. 350.000
6	Standart Twin	Rp. 350.000

4. Hotel Diana Kota Lhokseumawe

No	TipeKamar	HargaKamar
1	Executive Room	Rp. 800.000
2	Suite Room	Rp. 600.000
3	VIP Room	Rp. 400.000
4	Deluxe Room	Rp. 350.000
5	Superior Family	Rp. 350.000
6	Superior Room	Rp. 300.000
7	Standart Room	Rp. 250.000

LAMPIRAN IV

PEDOMAN WAWANCARA

1. Berapa lama hotel ini sudah berdiri ?
2. Melalui cara apa agar hotel ini dikenal secara umum ?
3. Bagaimanakah konsep etika marketing pada bisnis perhotelan ini ?
4. Bagaimana etika marketing perhotelan ini yang ditinjau dari etika bisnis Islam?
5. Bagaimana tingkat promosi yang dilakukan oleh bisnis perhotelan ini ?
6. Bagaimana respon manager hotel terhadap pesaing dengan kualitas hotel lainnya?
7. Apakah hotel ini pernah menerima komplek negative dari para pengunjung/pelanggan dan bagaimana cara ibu/bpk mengatasi hal tersebut ?
8. Ancaman apa saja yang dihadapi usaha perhotelan ini ?
9. Bagaimana solusi yang dihadapi ketika adanya ancaman tersebut ?
10. Selama hotel ini berjalan, dalam proses persaingannya apa saja yang bpk/ibu alami mulai dari berdirinya marketingnya sampai kepada kepuasan pelanggannya ?

LAMPIRAN V

CURRICULUM VITAE

Nama : Intan Tria

Tempat Tanggal Lahir: Lhokseumawe, 31 Desember 1995

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Kebangsaan/ Suku : Indonesia/Aceh

Status : Belum Kawin

Pekerjaan : Mahasiswi

Alamat : Kandang, Gampong Mns. Mamplam, Lhokseumawe

No Hp : 082363630418

Nama Orang Tua:

a. Ayah : Usman Effendi
Pekerjaan : Wiraswasta

b. Ibu : Suryani
Pekerjaan : IRT (Ibu Rumah Tangga)

Riwayat Pendidikan:

- a. SD : SD Negeri 5 Lhokseumawe Tahun Lulus 2008
- b. SLTP : SMP Negeri 13 Lhokseumawe Tahun Lulus 2011
- c. SMA : SMK Negeri 3 Lhokseumawe Tahun Lulus 2014
- d. S-1: IAIN Lhokseumawe dari Tahun 2014 s/d sekarang

Lhokseumawe, 3 September 2019
Penulis,

IntanTria
NIM:141207922