

**PENGUMPULAN DATA, OBSERVASI DAN DOKUMENTASI**  
**Transkrip Wawancara dengan SPV Customer Service dari PT Ebad Alrahman Wisata**  
**Sidoarjo**

Nama Narasumber : Rana Fatma  
Hari/Tanggal : Jumat/04 September 2020  
Waktu : 09.02-Selesai

**DAFTAR WAWANCARA**

1. Kalau boleh tahu dengan ibu siapa saya melakukan wawancara ini?  
Jawab :  
Saya dengan Rana selaku SPV customer service di Ebad.
2. Sudah berapa lama ibu bekerja disini?  
Jawab :  
Sudah dari tahun 2012.
3. Kalau boleh tau apa saja tugas-tugas dari customer service di PT Ebad Alrahman Wisata ini ibu?  
Jawab :  
Adapun tugas-tugasnya misalnya menjual sekaligus menjelaskan terkait produk berupa layanan umrah dan haji plus di Ebad serta menghandle customer ataupun Jemaah mulai dari masih bertanya-tanya sampai melakukan transaksi pembayaran untuk mengikuti umrah di sini.
4. Bagaimana prosedur customer service di PT Ebad Alrahman Wisata ini saat memberikan layanan terhadap calon jemaah yang datang ke kantor?  
Jawab :  
Iya, terlebih dahulu kita tanya keperluannya apa. Terkadang customer datang ada yang melakukan pembayaran setelah mendaftar umrah di sini, tapi misal maunya cuman tanya-tanya saja referensi terkait pendaftaran atau sebagainya tentang umrah atau haji itu bisa langsung di handle oleh customer service. Kalau pertama kali kita pasti tanya dulu mau berangkat umrah atau haji seperti itu.
5. Apakah customer service di PT Ebad Alrahman Wisata ini sebelum memberikan layanan berupa penyampaian informasi kepada pelanggan sudah dilakukan pelatihan sebelumnya?  
Jawab :  
Iya sudah pasti ada training biasanya sebelum diterima menjadi karyawan di bidang customer service diajarin dulu tentang pengetahuan produk disini, cara berkomunikasi yang baik dan benar, serta bagaimana menjalin hubungan ke public. Setelah itu baru bisa turun

langsung untuk melayani konsumen tentu terlebih dahulu di bantu sama pegawai yang sudah berpengalaman di bagian tersebut.

6. Terdapat delapan model dari bauran komunikasi pemasaran seperti iklan, promosi penjualan, acara dan pengalaman, hubungan masyarakat dan publisitas, pemasaran langsung, pemasaran interaktif, pemasaran dari mulut ke mulut dan penjualan personal, berdasarkan bentuk-bentuk tersebut manakah yang telah diterapkan oleh PT Ebad Alrahman Wisata ini bu?

Jawab :

Secara keseluruhan Ebad telah melakukannya, akan tetapi perhatian utama yaitu melalui mulut ke mulut sebab pemberian layanan yang terbaik kepada pelanggan dapat tersampaikan dengan baik, sehingga apabila ada seorang merasa puas maka akan disampaikan ke pihak lain. Lalu bentuk media promosinya biasanya melalui radio (Suara Surabaya), media sosial ada Instagram, facebook sama youtube, punya website juga, baliho, booklet biasanya berisi daftar harga sama pilihan paket umrah dan haji plus, serta pernah membuka stand pameran di beberapa event di mall. Adapun terkadang Ebad juga berkerjasama terhadap beberapa lembaga negara, bank atau sekolah guna menyampaikan program umrah atau haji plus dalam bentuk promo lewat presentasi. Selain itu Ebad juga mengoptimalkan kinerja marketing freelance dan customer service demi mencari dan mempertahankan pelanggan agar selalu menggunakan layanan jasa disini sehingga dituntut lebih membangun interaksi ataupun komunikasi baik dan tetap memberikan layanan secara optimal gitu.

7. Apakah menurut Ibu selaku SPV customer service di PT Ebad Alrahman Wisata sebuah perusahaan travel umrah atau haji plus ini penting menerapkan etika bisnis Islam dalam kegiatannya?

Jawab :

Ya sangat penting, apalagi kita lingkup jasanya berada di layanan ibadah. Cuma kadang gini mas jemaah itu berpendapat bahwa islam cukup luas ada seperti Nahdlatul Ulama, Muhammadiyah dan masih banyak lagi, jadi kadang itu ada beberapa jemaah yang membandingkan rukun-rukun beribadahnya antara satu sama lain gitu misal mereka muhammadiyah sedangkan kita bersifat netral. Tapi jika ada jemaah keberatan nanti ada ustad ini yang akan membantu mengarahkan disana seperti itu sih.

8. Kebetulan saya sedang meneliti tentang etika bisnis Islam juga bu. Jadi terdapat 5 prinsip dari bukunya faisal badroen yang pertama tentang prinsip kesatuan. Memiliki penjelasan bahwa tindakan yang dilakukan harus sesuai dengan perintah agama. Lalu bagaimana PT Ebad Alrahman Wisata Sidoarjo menerapkan prinsip tersebut saat beriklan atau mempromosikan jasanya? Apa dampak yang diperoleh setelah mengimplementasikannya?

Jawab :

Ya kita harus berusaha transparan saat mengiklankan sesuatu, jadi apa yang kami tawarkan seperti pilihan paket umrah atau haji plus disertai keterangan harga, fasilitas transportasi dan akomodasi, ketentuan akadnya dan berbagai hal harus dijelaskan secara baik dan jelas di dalam booklet supaya konsumen atau jemaahnya nggak kecewa apabila terjadi tidak kesesuaian gitu sih terus customer service juga sangat berperan memberikan keterangan

terkait hal tersebut. Bisa dibayangkan bentuk iklannya tetap mematuhi aturan-aturan syariah lah. Dampaknya sendiri banyak calon-calon pengguna jasa tertarik mengikuti umrah ya kadang ada yang tanya lewat hotline atau kadang datang langsung kesini.

9. Prinsip yang kedua tentang keadilan dimana segala tindakan yang dilakukan kepada pihak lain harus sama. Bagaimana PT Ebad Alrahman Wisata menerapkan prinsip tersebut terutama ketika melakukan komunikasi pemasaran kepada calon pelanggannya? Apa dampak yang diperoleh setelah mengimplementasikannya?

Jawab :

Kalau untuk di ebad sendiri penerapannya itu ditunjukkan oleh pelayanan customer service ketika menghadapi pelanggan soal pendaftaran menjadi jemaah, informasi terbaru seputar pelaksanaan, biaya pendaftaran serta bentuk komplain. Jadi intinya bentuk-bentuk layanan tersebut tetap diusahakan merata tanpa memandang seorang pelanggan mengambil pilihan paket ebad, diva ataupun thaibah. Dampaknya sendiri bisa terlihat dari pelanggan yang merasa puas, sehingga kesan baik tersebut terkadang disampaikan kepada keluarganya ataupun teman-temannya.

10. Pada prinsip ketiga berupa kehendak bebas dengan arti setiap individu bebas melakukan hal apapun tanpa merugikan pihak lain. Bagaimana PT Ebad Alrahman Wisata menerapkan prinsip tersebut terutama dalam penyampaian pesan di media promosinya? Dampak yang diperoleh setelah mengimplementasikan hal tersebut?

Jawab :

Ya intinya saat melakukan promosi terutama untuk meningkatkan pengguna jasa layanan kami bisa dilakukan melalui promo-promo menarik, potongan harga atau program unggulan. Seperti pengadaan umrah disertai thaif atau diskon harga di setiap paketnya. Akan tetapi sebelumnya disesuaikan melalui target yang ingin diperoleh perusahaan tanpa menyinggung travel lain atau merugikan Jemaah. Dampaknya sih terbentuk keteraturan misi perusahaan guna memperkenalkan perusahaan ini kepada publik luas.

11. Selanjutnya prinsip yang ke empat yaitu tanggung jawab. Bagaimana PT Ebad Alrahman Wisata menerapkan prinsip tersebut ketika melakukan promosi atau penyampaian informasi dari customer service kepada pihak-pihak yang akan menggunakan jasanya sehingga mendapat kepercayaan penuh? Dampak setelah mengimplementasikannya?

Jawab :

Seluruh upaya yang telah dilakukan Ebad ini demi memenuhi tanggung jawab kepada pelanggan salah satunya sudah berdasarkan standar ISO dalam pelaksanaannya. Jadi teknisnya pada saat promosi telah dicantumkan beragam informasi paket umrah beserta ketentuan-ketentuan tertentu dalam booklet seperti prosedur pendaftaran, fasilitas, pembatalan dan lain sebagainya tercatat di dalamnya. Dimana terkadang customer service menjelaskannya kembali hal tersebut kepada pendaftar umrah disni, ya agar lebih paham dan menerima akad tersebut. Setelahnya saat pelaksanaan umrah berupaya memberikan layanan sebagaimana ketentuan di awal demi menghindari kekecewaan pelanggan. Apabila terdapat saran dan masukan kita berikan kartu saran yang bisa diisi sebagai bentuk analisa

kepuasaan pelanggan. Dampaknya loyalitas pelanggan semakin bertambah sehingga dijadikan tempat referensi untuk layanan umrah.

12. Prinsip terakhir berupa ihsan diartikan sebagai perbuatan baik yang harus dilakukan oleh sesama manusia. Bagaimana PT Ebad Alrahman Wisata telah menerapkan prinsip tersebut dalam komunikasi pemasaran hingga membuat jemaah berkesan? Dampak setelah menerapkan hal tersebut?

Jawab :

Tentu penerapannya dengan membuat pendekatan komunikasi secara baik kepada setiap pelanggan. Walaupun sudah selesai berumrah di sini, intinya tetap menjaga silaturahmi baik melalui telepon ataupun WA (Whatsapp). Terkadang juga digunakan sebagai sarana promosi juga sih, apabila terdapat promo menarik seputar paket layanan umrah sehingga dapat tertarik dan umrah lagi lewat Ebad.

13. Apakah PT Ebad Alrahman Wisata mendapatkan kendala selama melakukan komunikasi pemasaran bu?

Jawab :

Sepertinya tidak ada kendala berarti, selama tersampainya tujuan sebagaimana yang telah di tentukan oleh perusahaan ini.

## **Transkrip Wawancara dengan SPV Marcom (Marketing Communication) dari PT Ebad Alrahman Wisata Sidoarjo**

Nama Narasumber : Jofita  
Hari : Jumat/04 September 2020  
Waktu : 09.41-Selesai

### **DAFTAR WAWANCARA**

1. Kalau boleh tahu dengan ibu siapa saya melakukan wawancara ini?  
Jawab :  
Saya dengan Jofita sebagai SPV Marcom (Marketing Communication).
2. Sudah berapa lama ibu kerja disini?  
Jawab :  
Sekitar 2,5 tahunan.
3. Bagaimana sejarah didirikannya PT Ebad Alrahman Wisata ini?  
Jawab :  
PT Ebad Alrahman Wisata sendiri berdiri sejak tahun 2008 dengan memiliki anak perusahaan bernama Diva dan Thaibah sekarang itu kita jadi ebad group. Adapun anak perusahaan tersebut didirikan memiliki tujuan sebagai pemenuhan keinginan dari kriteria beberapa pelanggan disesuaikan dengan beberapa layanan umrah atau haji plus yang ada ditawarkan di sini.
4. Terdapat delapan model dari bauran komunikasi pemasaran seperti iklan, promosi penjualan, acara dan pengalaman, hubungan masyarakat dan publisitas, pemasaran langsung, pemasaran interaktif, pemasaran dari mulut kemulut dan penjualan personal, berdasarkan bentuk-bentuk tersebut manakah yang telah diterapkan oleh PT Ebad Alrahman Wisata ini bu?  
Jawab :  
Alhamdulillah sudah diterapkan beberapa dari bauran tersebut tapi untuk kondisi sekarang lebih ke media sosial ada Instagram, facebook dan youtube dimana didalamnya bisa diisi konten promo, potongan harga, info seputar Ebad Group, tausiyah serta pengetahuan terkait agama Islam. Kalau untuk media lain biasanya lewat radio SS (Suara Surabaya), baliho sama booklet. Mendirikan stand di event tertentu biasanya di mall terdapat pameran umrah atau haji pernah dilakukan, jadi disana ada petugas dari sini terus membagikan brosur kepada masyarakat yang datang di acara tersebut. Trobosan terbaru kami ada aplikasi My Umroh dimana sedang dilakukan perbaikan harapannya lebih kepada pemberian kemudahan masyarakat luas mengetahui semua penawaran layanan umrah dan haji plus di Ebad ini. Perbaikan layanan terhadap customer service dan marketing selalu ditingkatkan agar pelanggan bisa merasa lebih puas ketika memutuskan memakai travel Ebad hingga kesan baik tersebut bisa tersampaikan kepada kerabat atau teman-temannya.

5. Apakah menurut ibu sangatlah penting menerapkan etika bisnis Islam pada bagian komunikasi pemasaran terutama pada bidang travel seperti di PT Ebad Alrahman Wisata ini?

Jawab :

Kalau untuk di travel gini penting ya mas apalagi karena kita kan usahanya dibidang keagamaan juga, jadi ya harus tetap menjaga etika bisnisnya dikarenakan hal tersebut juga dapat membuat image perusahaan lebih baik lagi. Utamanya saat membuat konten promosi terlebih dahulu untuk mencari muatannya dipelajari secara benar sehingga tidak ada salah pengertian bagi para penerimannya, makanya harus lebih berhati-hati dan dilakukan koreksi sebelum di publish ke publik.

6. Kebetulan saya sedang meneliti tentang etika bisnis Islam juga bu. Jadi terdapat 5 prinsip dari bukunya faisal badroen yang pertama tentang prinsip kesatuan. Memiliki penjelasan bahwa tindakan yang dilakukan harus sesuai dengan perintah agama. Lalu bagaimana PT Ebad Alrahman Wisata Sidoarjo menerapkan prinsip tersebut saat beriklan atau mempromosikan jasanya? Apa dampak yang diperoleh setelah mengimplementasikannya?

Jawab :

Ya mungkin dari kontennya saat iklan atau promosi misal model ataupun bahan ulasannya harus benar-benar diperhatikan supaya tidak melanggar kaidah-kaidah tata cara promosi sesuai ajaran Islam, apalagi penyebarannya lewat digital ya misal media sosial dan sebagainya sangat cepat sampai dimasyarakat. Kalau untuk media selain digital mungkin informasi terkait layanan umrah atau haji plus harus disertai rincian mendetail agar tidak timbul kebingungan saat calon pelanggan membacanya. Dampaknya sih banyak masyarakat ataupun pelanggan tetap Ebad yang tertarik mengikuti umrah lewat sini menanyakan terkait hal pemberangkatan ataupun biaya pendaftarannya lagi gitu sih.

7. Prinsip yang kedua tentang keadilan dimana segala tindakan yang dilakukan kepada pihak lain harus sama. Bagaimana PT Ebad Alrahman Wisata menerapkan prinsip tersebut terutama ketika melakukan komunikasi pemasaran kepada calon pelanggannya? Apa dampak yang diperoleh setelah mengimplementasikannya?

Jawab :

Biasanya kegiatan ini dilakukan sama bagian customer service ya mas. Jadi jika terdapat informasi terbaru seputar promo, umrah atau haji plus, serta agenda-agenda rutin di Ebad didapatkan dari bagian marketing communication dan pimpinan disembarkannya kepada pelanggan-pelanggan ebad secara langsung lewat media sosial mas tanpa liat mereka daftar paket apa, sehingga tidak ada yang ketinggalan mendapatkan pesan tersebut. Dampaknya sih rata-rata pelanggan bilang cukup puas dan suka terkait layanan di Ebad ini.

8. Pada prinsip ketiga berupa kehendak bebas dengan arti setiap individu bebas melakukan hal apapun tanpa merugikan pihak lain. Bagaimana PT Ebad Alrahman Wisata menerapkan prinsip tersebut terutama dalam penyampaian pesan di media promosinya? Dampak yang diperoleh setelah mengimplementasikan hal tersebut?

Jawab :

Ya bisa dikatakan mungkin lebih ke bebas melakukan sesuatu di dalam konten iklan atau promosinya gitu sih tanpa menyinggung pihak lain ataupun kompetitor serupa tentunya lewat beberapa media yang sudah saya sebutkan sebelumnya. Jadi di divis marketing communication di Ebad ini terdapat tim kreatif berjumlah 4 orang, sehingga dengan jeda waktu seminggu terpikirkan tema ataupun isi kontennya seperti apa untuk menarik minat masyarakat dicocokkan juga berdasar keinginan dari para pimpinan sini. Dampaknya mungkin ke teraturan saat mengiklankan atau promo demi memperkenalkan dan menjaga nama travel Ebad sih.

9. Selanjutnya prinsip yang ke empat yaitu tanggung jawab. Bagaimana PT Ebad Alrahman Wisata menerapkan prinsip tersebut ketika melakukan promosi atau penyampaian informasi dari customer service kepada pihak-pihak yang akan menggunakan jasanya sehingga mendapat kepercayaan penuh? Dampak setelah mengimplementasikannya?

Jawab :

Ya intinya jika terdapat informasi terbaru menyangkut regulasi umrah atau haji, tambahan biaya ataupun fasilitas waktu pelaksanaannya disana haruslah segera disampaikan secepat mungkin kepada jemaah terdaftar paling lambat dua hari setelah menerima pesan tersebut. Selain itu juga penting sekali beriklan secara jujur utamanya terkait akomodasi sama fasilitas yang akan di tawarkan sebelumnya diusahakan sama ketika pelaksanaannya guna menghindari kekecewaan pelanggan. Dampaknya sih lumayan kerasa apalagi pelanggan tetap masih sering berlanggan travel Ebad kalau umrah lagi.

10. Prinsip terakhir berupa ihsan diartikan sebagai perbuatan baik yang harus dilakukan oleh sesama manusia. Bagaimana PT Ebad Alrahman Wisata telah menerapkan prinsip tersebut dalam komunikasi pemasran hingga membuat jemaah berkesan? Dampak setelah menerapkan hal tersebut?

Jawab :

Kalau hal ini mungkin perannya lebih spesifik ke customer service ya mas, soalnya dari bagian tersebut langsung berhubungan terhadap para pelanggan. Intinya menciptakan kesan baik terhadap pelayanan seperti etika berbicara secara langsung ataupun ketika telepon, penampilan, serta perilakunya. Intinya saat terdapat jemaah yang bertanya suatu hal harus dikasih penjelasan sedemikian detail sampai paham atau pintar-pintar berinteraksi gitu sih, setidaknya berusaha membuat kesan baik terhadap travel Ebad inilah. Dampaknya mungkin bisa mengurangi komplain terkait pelayanan yang diberikan.

11. Bagaiman prosedur komplain ataupun penyampaian pesan dari jemaah di PT Ebad Alrahman ini bu?

Jawab :

Jadi di sini kita menyediakan form kritik dan saran sih, biasanya diberikan saat sebelum pulang beribadah di tanah suci jemaah disuruh ngisi itu dulu, selanjutnya hal tersebut dikumpulkan untuk bahan rapat mulai dari bulan tertentu saran ataupun kritiknya mengenai apa.

12. Bagaimana pihak dari PT Ebad Alrahman Wisata menyelesaikan permasalahan complain dari pelanggan?

Jawab :

Biasanya kalau terkait permasalahan biasa bisa dihandle oleh customer service atau masing-masing marketing yang melayani sebelum pendaftaran ke travel ini, tapi jika masalah serius bahkan sampai memunculkan emosi langsung diarahkan ke bagian manajer dibantu sama customer service untuk melakukan mediasi penyelesaiannya.

13. Apakah PT Ebad Alrahman Wisata mendapatkan kendala selama melakukan komunikasi pemasaran bu?

Jawab :

Kalau untuk kendala saya rasa sudah tidak ada sih, mungkin pembenahan untuk konten-konten kedepannya bisa diperbaiki lagi supaya bisa menambah lebih banyak lagi jemaah yang tertarik beribadah lewat travel Ebad ini.

## **Transkrip Wawancara dengan Jemaah Umrah PT Ebad Alrahman Wisata Sidoarjo**

Nama Narasumber : Carla Sabrina Pradini  
Hari/Tanggal : Selasa/08 September 2020  
Waktu : 09.14-Selesai

### **DAFTAR WAWANCARA**

1. Kalau boleh tau nama lengkap nya mbak ini siapa?  
Jawab :  
Nama saya Carla Sabrina Pradini.
2. Sejak kapan mbak mengetahui tentang PT Ebad Alrahman Wisata ini?  
Jawab :  
Sejak tahun 2009.
3. Bagaimana mbak mengetahui tentang PT Ebad Alrahman Wisata?  
Jawab :  
Waktu itu saya tau nya dari tetangga sih, karena kebetulan tetangga saya ada yang bekerja di Ebad, nah itu terus akhirnya ditawarkan umrah di sana. Jadi pertama kali yang umrah di Ebad itu orang tua dulu, lalu akhirnya umrah bareng sama keluarga.
4. Kalau misalnya ada bentuk lain promosi dari PT Ebad Alrahman Wisata misalnya seperti iklan di TV, radio, koran. Apakah mbak pernah menjumpainya?  
Jawab :  
Iya pernah sih di radio SS (Suara Surabaya) pernah denger juga, cuma untuk ikut umrahnya itu ya karena tau dari tetangga itu sih. Cuma kalau untuk iklan nya itu sih pernah denger di radio SS (suara Surabaya).
5. Mungkin boleh diceritakan sedikit tentang bagaimana pengalaman umrah pertama di PT Ebad Alrahman mulai dari daftarnya terus sampai selesai?  
Jawab :  
Oh iya, jadi kalau Ebad itu tau nya dari tetangga ya, terus waktu pendaftaran itu didatangi ke rumah untuk ngisi formulir dan sebagainya lalu untuk pembayarannya itu kita transfer. Jadi kita jarang untuk datang ke kantor karena bisa transfer, saat datang ke kantor mungkin cuma untuk ambil perlengkapan dan manasik aja, terus itu di infokan untuk jadwal keberangkatannya setelahnya tinggal berangkat saja. Intinya kalau di Ebad itu enak nya kita ngga harus bolak balik kantor karena semua informasi diberitahukan melalui WA (Whatsapp). Sebelumnya pada tahun 2009 itu juga gitu pasti follow up nya lewat HP, jadi gak perlu kita sering-sering ke kantor tapi pasti customer servis nya itu bakalan memberikan informasi terbaru. Terus untuk pengalaman disana sih fasilitas nya sesuai sama yang di brosur, jadi gak kecewa kalau sama pelayanan dan fasilitas pasti sesuai yang dijanjikan di awal.

6. Kalau untuk paket yang mbak pilih saat umrah itu apa saja?

Jawab :

Kalau yang di 2009 itu paket Ebad, sedangkan yang di tahun kemarin barusan itu awal 2019 paket diva.

7. Apakah terdapat kesamaan atau perbedaan pada penjelasan customer service waktu menginfokan saat pendaftaran dengan kondisi sebenarnya ketika pelaksanaan umrah?

Jawab :

Nggak ada sih, hampir rata-rata sama, karena ya sama seperti penjelasan saya di awal tadi kalau pelayanan dan fasilitas yang didapatkan sama dan sesuai bahkan gak beda sama sekali.

8. Kebetulan saya sedang meneliti tentang etika bisnis Islam juga mbak. Jadi terdapat 5 prinsip dari bukunya faisal badroen yang harus dipenuhi pertama tentang prinsip kesatuan. Memiliki penjelasan bahwa tindakan yang dilakukan harus sesuai dengan perintah agama. Menurut pendapat mbak apakah PT Ebad Alrahman Wisata ini sudah sesuai menerapkan prinsip tersebut saat beriklan atau mempromosikan jasanya?

Jawab :

Menurut saya sih sudah sesuai karena kalau kayak di baliho itu mencantumkan iklan haji plus itu terdapat tulisan rindu ka'bah ataupun pesan-pesan yang nyebutin tentang bentuk-bentuk keislaman kayak gitu sih biasanya. Pernah juga dapat informasi waktu bulan oktober tahun lalu kalau ga salah ada pameran umrah di salah satu mall, lah Ebad juga ikut pameran itu katanya ada program umrah diva bersama ust. Hanan attaki. Nah itu judulnya kembali ke titik 0, jadi intinya memang setau saya kalau iklan-iklannya itu selalu menampilkan tema-tema keislaman gitu.

9. Prinsip yang kedua tentang keadilan dimana segala tindakan yang dilakukan kepada pihak lain harus sama. Menurut mbak apakah media promosi atau layanan customer service telah menerapkan prinsip tersebut terutama saat menginformasikan kepada jemaahnya utamanya tentang pilihan-pilihan paket umrah yang ada di PT Ebad Alrahman Wisata?

Jawab :

Iya sudah cukup mendetail sih sepengalaman saya dijelasin misalnya seperti berkas-berkas atau apa saja yang harus dipersiapkan sebelum berangkat umrah.

10. Pada prinsip ketiga berupa kehendak bebas dengan arti setiap individu bebas melakukan hal apapun tanpa merugikan pihak lain. Menurut mbak apakah PT Ebad Alrahman Wisata sudah menerapkan prinsip tersebut terutama dalam penyampaian pesan di media promosinya?

Jawab :

Menurut saya sudah cukup sih, ya umum lah jadi menurut saya cukup bagus, kreatif, dan cukup mudah dipahami ketika penyampaian pesannya saat promosi.

11. Selanjutnya prinsip yang ke empat yaitu tanggung jawab. Apakah menurut mbak media promosi atau penyampaian informasi dari customer service di PT Ebad Alrahman Wisata itu sudah dapat dipercaya kebenarannya?

Jawab :

Ya kalau menurut saya sih bisa, dari apa yang telah disampaikan waktu akad dan kenyataannya sudah sama. Bisa dibilang amanalah.

12. Prinsip terakhir berupa ihsan diartikan sebagai perbuatan baik yang harus dilakukan oleh sesama manusia. Apakah menurut mbak layanan tentang penyampaian informasi oleh customer service di PT Ebad Alrahman Wisata telah menerapkan prinsip tersebut hingga membuat jemaah berkesan?

Jawab :

Dari segi pelayanannya yang paling berkesan ya, kalau menurut saya yang pertama informatif ya. Maksudnya tanpa perlu kita tanya pasti customer service itu sudah langsung infoin sesuatu misalnya waktu pendaftaran diberitau kalau manasik itu dilakukan 2 minggu sebelum keberangkatan. Nah jemaah itu kan kayak saya sendiri kadang nggak ingat, nah tanpa perlu kita tanya lagi nanti itu bakal di remind lagi sama customer service, jadi informatif tanpa perlu kita tanya duluan gitu. Lalu yang kedua yaitu seluruh informasi saat awal pendaftaran sampai akad sampai pelaksanaan kenyataannya memang sama, karena kan setahu saya banyak travel lain yang memberi janji di awal manis tapi kadang kenyataannya gak sesuai.

13. Sebelumnya saya juga melakukan wawancara dari pihak internal dari PT Ebad Alrahman Wisata mengenai kegiatan manasik terdapat ciri khusus tersendiri, jika dibandingkan dari perusahaan travel lain. Menurut pengalaman mbak selama mengikuti kegiatan tersebut bisa dijelaskan lebih lanjut?

Jawab :

Iya jadi sepengalaman saya di awal acara itu kita dikasih liat kayak video tentang materi Emotional Spiritual Question (ESQ) gitu untuk membangkitkan nilai-nilai spiritualnya, sehingga membuat jemaah umrah harus benar-bener mempersiapkan diri 100% dan niat untuk ibadah. Terus untuk ustadnya sendiri saat manasik itu menjelaskan berbagai materi benar-bener mendetail hingga bisa dipahami dengan mudah materi dan tata cara umrahnya.

14. Jadi apakah menurut mbak secara keseluruhan PT Ebad Alrahman Wisata ini sudah melakukan etika bisnis sesuai islam? Dampak yang dirasakan mbak selaku jemaah merasa puas atau tidak?

Jawab :

Iya sudah. Dampaknya sangat puas bahkan kalau saya bilang, kayak orang tua saya yang pernah umrah di 2009 dengan paket ebad yaitu paket eksklusifnya sini dan akhirnya 2020 awal mau umrah lagi ya tetep pakai travel sama tapi paketnya diva.

15. Mungkin ada kritikan atau saran dari mbak untuk PT Ebad Alrahman Wisata untuk kedepannya? mungkin dari promosinya atau pelayanannya?

Jawab :

Kalau sampai saat ini kayaknya gak ada deh bingung juga mau kritik apa.

16. Sebagai jemaah umroh yang selesai beribadah menggunakan jasa dari PT Ebad Alrahman Wisata. Apakah mbak terkadang masih mendapatkan informasi atau sapaan dari customer servicenya?

Jawab :

Ya itu ada, jadi dari jeda 2009 ke 2020 itu pasti menghubungi kayak menanyakan kabar atau kapan umrah lagi, gitu sih jadi masih menjalin hubungan baiklah antara customer sevice dengan para jemaahnya. Bukan ketika sudah selesai ya putus tali silaturahmi atau komunikasinya, makanya orang tua saya suka dengan Ebad kayak ada ikatan gitu.

## **Transkrip Wawancara dengan Jemaah Umrah PT Ebad Alrahman Wisata Sidoarjo**

Nama Narasumber : Adrianto  
Hari/Tanggal : Senin/14 September 2020  
Waktu : 11.45-Selesai

### **DAFTAR WAWANCARA**

1. Sebelumnya kalau boleh saya tau nama lengkap bapak siapa?  
Jawab :  
Nama saya Adrianto.
2. Sejak kapan bapak mengetahui tentang PT Ebad Alrahman Wisata?  
Jawab :  
Sejak tahun 2015 ketika kami sekeluarga berencana untuk umrah lalu sedang mencari informasi tentang travel umrah, saya mendapatkan rekomendasi dari beberapa media dan rekomendasi tetangga-tetangga saya yang mereferensikan ke Ebad ini.
3. Kalau boleh tau melalui media apa ya pak ?  
Jawab :  
Kebetulan saya pernah liat dan dengar waktu itu berupa media iklan mas, yaitu baliho di jalan raya sama radio SS (Suara Surabaya).
4. Jadi sejak kapan bapak memutuskan untuk menggunakan layanan penyelenggaraan umrah dengan PT Ebad Alrahman Wisata?  
Jawab :  
Sejak tahun 2015.
5. Mungkin boleh diceritakan sedikit pengalaman umrahnya dengan PT Ebad Alrahman Wisata sejak dari mulai daftar sampai selesai?  
Jawab :  
Saat pendaftaran pertama kali saya masuk itu ya pelayanan nya ramah-ramah dari karyawannya. Apa yang saya tanyakan mereka menjawabnya dengan jelas sehingga mudah dipahami. Kemudian kalau masalah pembayaran itu sebenarnya cukup kompetitif karena ada beberapa paket yang mereka tawarkan dari mulai paket VIP sampai paket hemat, kebetulan kami sekeluarga milih yang hemat/standart waktu itu sebab dibatasi sama budget.
6. Kalau untuk dilapangan itu saat pelaksanaannya bagaimana pak?  
Jawab :  
Alhamdulillah ya saat kemarin saya berangkat umrah pertama kali itu masih awam disana tentang tempat-tempatnya, tapi sama ustad dan tour leadernya dibimbing 24 jam. Bahkan jika terdapat kesulitan tentang suatu hal, mereka sangat kooperatif menjawab dan cukup membantu sekali. Jadi alhamdulillah gak ada masalah untuk umrah yang perdana itu mas.

7. Bagaimana menurut bapak pelayanan dari customer service di PT Ebad Alrahman Wisata?

Jawab :

Ya untuk pelayanan customer service nya sendiri bagus mas mereka juga lumayan ramah, kemudian penjelasan tentang jasa layanan umrah yang ditawarkan di awal itu sesuai dengan di brosurnya. Begitu juga saat di lapangan ya sama mas, sesuaiilah dengan apa yang dijelaskan dan saya bayarkan.

8. Kebetulan saya sedang meneliti tentang etika bisnis Islam juga pak. Jadi terdapat 5 prinsip dari bukunya faisal badroen yang harus dipenuhi pertama tentang prinsip kesatuan. Maksudnya seluruh tindakan yang dilakukan manusia itu harus selalu ada aturannya atau batasannya. Apakah menurut bapak PT Ebad Alrahman Wisata ini dalam kegiatan promosinya sudah sesuai dengan prinsip tersebut?

Jawab :

Kalau menurut iklan yang saya lihat selama ini baik dari baliho ataupun di koran itu sudah sesuai syariatlah, walaupun disitu ada modelnya tapi bajunya menerapkan pedoman syar'i dan tidak menyimpang ajaran agama Isla. Sedangkan bahasa iklannya pun tidak terlalu berlebihan, justru membuat saya jadi penasaran tentang isinya seperti ada diskon atau promo khusus sehingga tertarik untuk menanyakannya lebih lanjut mengenai iklan tersebut.

9. Prinsip yang kedua yaitu tentang keadilan dimana segala tindakan yang dilakukan kepada pihak lain harus sama. Menurut bapak apakah media promosi atau layanan customer service di PT Ebad Alrahman Wisata telah menerapkan prinsip tersebut terutama saat menginformasikan kepada jemaahnya?

Jawab :

Ya pada awalnya memang ada yang kurang dalam penyampaian informasinya, tapi saat jamaah awan seperti saya bertanya beberapa hal kepada karena saya masih pertama kali dan masih awam jadi banyak yang ditanyakan kepada customer servicenya. Alhamdulillah jawaban yang diberikan cukup baik hingga mudah dipahami sehingga jadinya punya gambaran program umrah itu seperti apa dari awal hingga akhir.

10. Pada prinsip ketiga berupa kehendak bebas dengan arti setiap individu bebas melakukan hal apapun tanpa merugikan pihak lain. Menurut bapak apakah PT Ebad Alrahman Wisata sudah menerapkan prinsip tersebut terutama dalam penyampaian pesan di media promosi ataupun lewat customer servicenya?

Jawab :

Semua informasi yang saya terima dari customer service itu penjelasannya sudah cukup jelaslah dan mudah dimengerti. Sedangkan kalau dari media itu seperti yang pernah saya dengar di radio SS (Suara Surabaya) itu juga sudah cukup informatif pesanya, kebanyakan sih isi iklannya itu seperti promo-promo mas untuk menarik jamaah misalnya diskon atau potongan harga.

11. Selanjutnya prinsip yang ke empat yaitu tanggung jawab. Apakah menurut mbak media promosi atau penyampaian informasi dari customer service di PT Ebad Alrahman Wisata itu sudah dapat dipercaya kebenarannya?

Jawab :

Ya alhamdulillah selama pengalaman umrah saya ini seluruh informasi yang telah disampaikan di awal waktu pendaftaran dengan saat pelaksanaannya itu sudah semua sesuai mas bahkan lebih baik. Artinya kita selalu diberikan pelayanan cukup memadai berdasarkan akadnya.

12. Apabila terdapat biaya-biaya tambahan tidak terduga seperti kenaikan visa dan lain sebagainya. Apakah pihak customer service menyampaikan informasi tersebut ke bapak sebelumnya ?

Jawab :

Ya sepengalaman saya jadi dari awal daftar customer service yang melayani telah menjelaskan tentang jenis paket, harganya juga serta beberapa biaya lain selanjutnya baru dilakukan pengisian formulirnya dan cara bayarnya atau isitlahnya sudah ada akadnya antara kedua belah pihak gitu. Salah satu ketentuannya itu kayak jamaah yang sudah daftar dituntut 2 minggu sebelum keberangkatan harus melunasi semua pembayarannya, sehingga ketika disana sudah tidak mengeluarkan biaya-biaya lagi.

13. Prinsip terakhir berupa ihsan diartikan sebagai perbuatan baik yang harus dilakukan oleh sesama manusia. Apakah menurut bapak layanan tentang penyampaian informasi oleh customer service di PT Ebad Alrahman Wisata telah menerapkan prinsip tersebut hingga membuat jemaah berkesan?

Jawab :

Jadi sepengalaman saya pertama kali datang ke sana maksudnya di kantor Ebad perihal menanyakan tentang informasi seputar pendaftaran umrah itu seperti apa karena masih awam. Nah Alhamdulillah customer service itu bisa ngerti dan paham karakteristik jamaah yang mau daftar itu seperti apa sehingga menjelaskannya pun juga detail. Bukan hanya harga paketnya saja, tapi juga seluruh program dan perjalanan umrah sehingga jadi bisa lebih paham sekaligus bisa memantapkan diri buat daftar umrah gitu sih.

14. Jadi apakah menurut bapak PT Ebad Alrahman Wisata ini sudah menerapkan etika bisnis Islam dalam media promosinya?

Jawab :

Sudah mas kalau menurut saya, ya memang harusnya seperti itulah sebab ini kan travel haji dan umrah yang jasanya bergerak dalam melayani tamu-tamu Allah. Jadi saya rasa itu sudah sangat syar'i lah.

15. Dampak apakah yang dirasakan oleh bapak selaku jamaah setelah PT Ebad Alrahman Wisata ini sudah melakukan etika bisnis Islam dalam komunikasi pemasarannya?

Jawab :

Hasil yang saya rasakan sih cukup puaslah mas, soalnya apa yang kita akadkan di awal pendaftaran sama dengan saat berada di lapangan ketika pelaksanaan umrahnya. Jadi kalau ada rejeki lagi insya allah akan berangkat umrah lagi melalui Ebad.

16. Mungkin ada kritikan atau saran dari bapak untuk PT Ebad Alrahman Wisata untuk kedepannya? mungkin dari promosinya atau pelayanannya?

Jawab :

Kritikan sementara ini masih belum ada karena saya belum menemukan sesuatu untuk di kritik dari travelnya sendiri, sebab pelayanannya alhamdulillah sudah baik dan bagus seperti itu mas.

17. Sebagai jemaah umroh yang selesai beribadah menggunakan jasa dari PT Ebad Alrahman Wisata. Apakah bapak terkadang masih mendapatkan informasi atau sapaan dari customer servicenya?

Jawab :

Iya masih mas, ya sekitar sebulan setelah selesai umrah mereka sempat say hello melalui WA (Whatsapp), biasanya menanyakan tentang kabar dan kapan akan umrah lagi gitu mas. Ya saya jawab nanti insya allah kalau ada rejeki seperti itu.

**Hasil Observasi di PT Ebad Alrahman Wisata Sidoarjo  
(07-18 September 2020)**

1. Mengetahui bagaimana *customer service* memberikan kemudahan pendaftaran maupun pengumpulan berkas-berkas berbentuk scan dikirim melalui *whatsapp* (online), dimana nantinya jika sudah terkumpul akan direkap sehingga pelanggan tidak perlu mendatangi kantor jamaah. Akan tetapi, berkas asli diserahkan saat akan dilakukan pemberangkatan ibadah umrah.
2. Mengetahui prosedur penanganan calon pelanggan yang mendatangi kantor untuk menanyakan beberapa informasi detail terkait pilihan paket umrah disertai biayanya, persyaratan pendaftaran, berkas-berkas penting, kelengkapan fasilitas atau akomodasi, dan ketentuan-ketentuan yang harus disepakati lainnya. *Customer service* melayani dengan sikap sopan, ramah serta sabar. Langkah-langkahnya mulai dari mempersilahkan duduk, menanyakan keperluan datang, memberikan air mineral dan *booklet* umrah, selanjutnya menjelaskan sekaligus mengarahkan beberapa hal-hal penting yang dibutuhkan pelanggan.
3. Mengetahui beragam media komunikasi pemasaran yang digunakan secara online berupa website, instagram, facebook serta konten berbagai video yaitu youtube melalui pemanfaatan tersebut diharapkan mampu menyajikan iklan atau promo menarik sehingga masyarakat lebih memilih menggunakan PT Ebad Alrahman Wisata Sidoarjo ketika menggunakan layanan umrahnya. Sedangkan media offline berbentuk baliho, booklet, atau siaran radio selalu dievaluasi setiap periode tertentu.
4. Mengetahui *customer service* mengatasi komplain pelanggan dikerjakan menurut standar operasional prosedur perusahaan, namun apabila pelanggan masih belum puas maka diselesaikan dengan kekeluargaan. Supaya PT Ebad Alrahman Wisata Sidoarjo dianggap bertanggung jawab terhadap semua kebijakan atau janji-janji ketika beriklan atau promonya.

## Hasil Dokumentasi Pengambilan Data di Lapangan



Supervisor dari divisi *customer service* dan *marketing communication* di PT Ebad Alrahman Wisata Sidoarjo  
(Sumber : Dokumen Wawancara)



Wawancara dengan jamaah umrah PT Ebad Alrahman  
Wisata Sidoarjo  
(Sumber : Dokumen Wawancara)



Wawancara dengan jamaah umrah PT Ebad Alrahman  
Wisata Sidoarjo  
(Sumber : Dokumen Wawancara)



Hasil observasi pegawai *customer service* di PT Ebad Arahman Wisata Sidoarjo menangani pelanggan  
(Sumber : Dokumen Observasi)



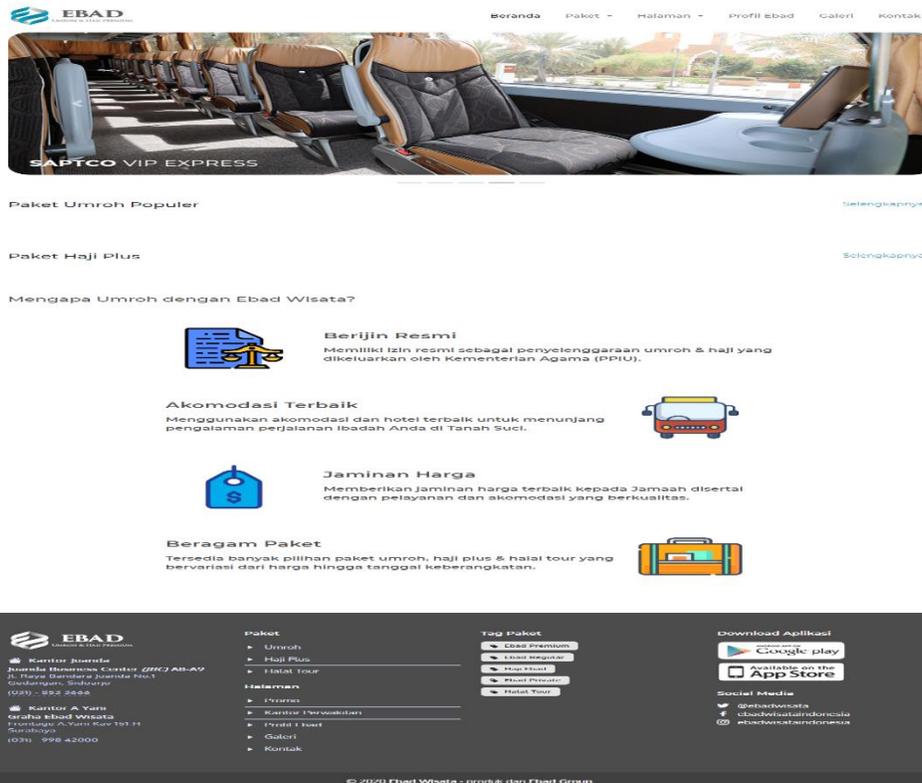
Hasil observasi pegawai *customer service* di PT Ebad Arahman Wisata Sidoarjo menangani pelanggan  
(Sumber : Dokumen Observasi)



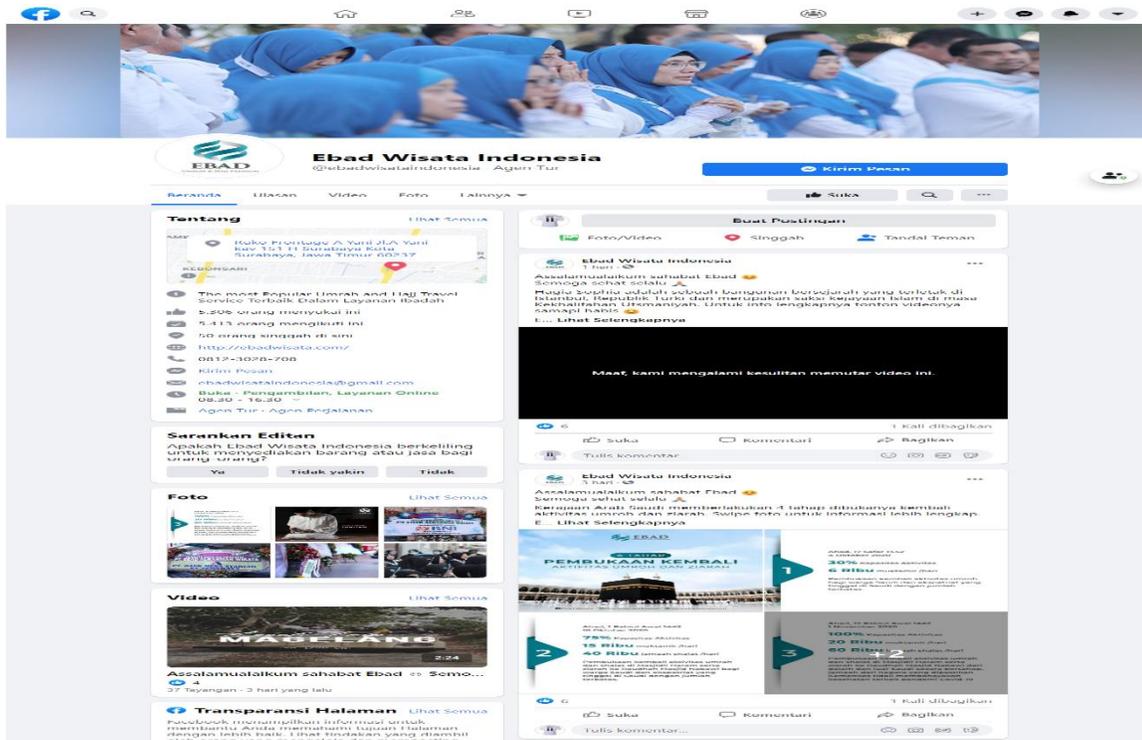
Booklet berisi keterangan program paket umrah di PT Ebad Arahman Wisata Sidoarjo  
(Sumber : Dokumen Observasi)



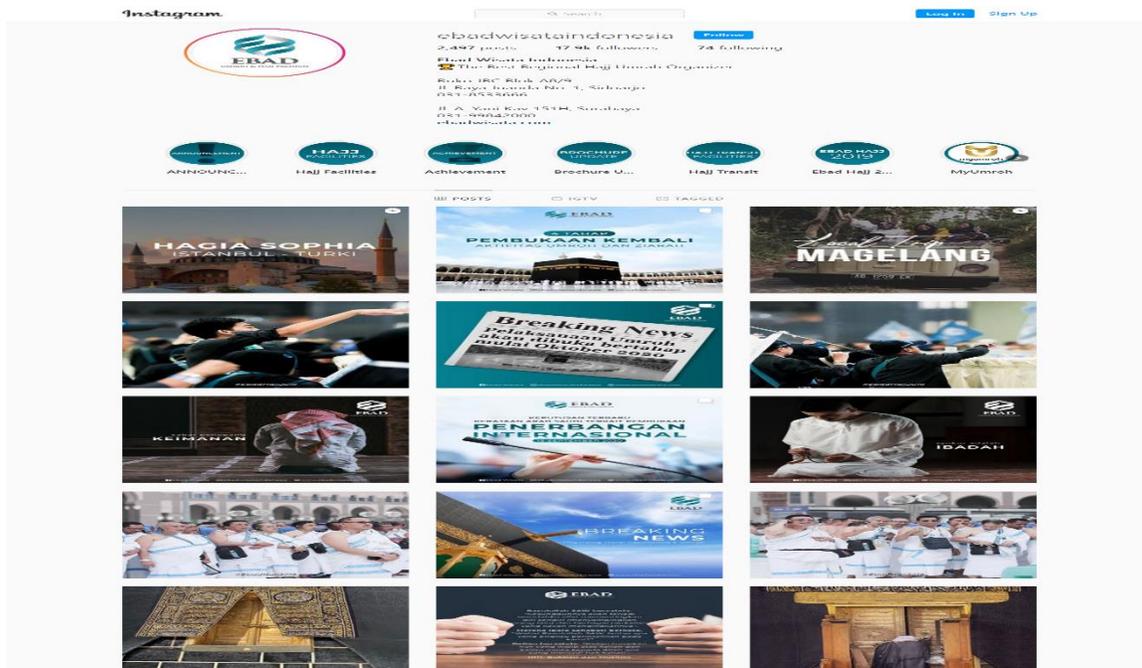
Baliho sebagai media PT Ebad Alrahman Wisata Sidoarjo menawarkan jasanya (Sumber : Dokumen Observasi)



Official Website sebagai media PT Ebad Alrahman Wisata Sidoarjo memperkenalkan diri (Sumber : Dokumen Observasi)



Media sosial berupa facebook sebagai media PT Ebad Alrahman Wisata Sidoarjo melakukan promosi (Sumber : Dokumen Observasi)



Media sosial berupa Instagram sebagai media PT Ebad Alrahman Wisata Sidoarjo melakukan iklan singkat (Sumber : Dokumen Observasi)

The screenshot displays the YouTube channel page for 'Ebad Wisata', which has 295 subscribers. The channel's navigation menu includes Home, Trending, Subscriptions, Library, and History. The main content area features a grid of 20 video uploads, each with a thumbnail, title, and view count. The videos cover various aspects of Hajj and Umrah, including group activities, prayers, and travel experiences.

Video Title	View Count	Upload Date
UMROH SEGERA DIBUKA, EBAD GROUP SIAP...	1.1K views	1 week ago
Selamat Hari Raya Idul Fitri 1441H - Ebad Group	54 views	3 months ago
Social Distancing by Ebad Group	53 views	5 months ago
DOA BERLINDUNG DARI VIRUS CORONA - AHMED A...	1.5K views	5 months ago
Rindu Ka'bah - Ust. Mulyani	267 views	5 months ago
Baiti Jannati oleh H.Ust. Abdul Malik Al- Hadad	185 views	5 months ago
EBAD HAJJ 2019 - Allah memampukan Orang-orang...	245 views	9 months ago
KEGIATAN MANASIK PRAKTEK HAJI EBAD & DIV...	595 views	1 year ago
Umroh yang berkesan Special Spiritual Moment Diva Umro...	1.2K views	1 year ago
Keberangkatan Umroh Diva silver 15 Nov 2018	778 views	1 year ago
FASILITAS DAN KENYAMANAN HOTEL...	21K views	2 years ago
TRANSFORMASI BENTUK APRESIASI TINGGI KEPADA...	229 views	2 years ago
KETULISAN DAN PELAYANAN SEPENUH HATI...	258 views	2 years ago
FASILITAS TERBAIK UMRAH DAN HAJI (Ebad Group)	666 views	2 years ago
Berhaji Yu...k SELAGI KITA MUDA, Bersama EBAD...	401 views	2 years ago
EBAD WAJIB HAJI 2018	342 views	2 years ago
KEGIATAN HAJJ EBAD 2018 di ROSEIFAH	223 views	2 years ago
KEGIATAN JAMA'AH HAJI DI ROSEIFAH EBAD WISATA	595 views	2 years ago
PERLENGKAPAN HAJI YANG WAJIB DIBAWA (EXCLUSIV...	1.2K views	2 years ago
CARA BERHAJI !!! (MANASIK PRAKTEK) EBAD GROUP...	827 views	2 years ago

Youtube sebagai media PT Ebad Alrahman Wisata Sidoarjo memperlihatkan agenda perjalanan umrah (Sumber : Dokumen Observasi)

## HASIL PENGOLAHAN DATA

Beberapa informasi yang didapatkan dari hasil wawancara dan observasi diringkas sedemikian rupa guna mengetahui kesamaan mengenai penerapan etika bisnis Islam dalam komunikasi pemasaran di PT Ebad Alrahman Wisata Sidoarjo, sehingga didapatkan hasil dibawah ini :

### 1. Komunikasi Pemasaran di PT Ebad Alrahman Wisata Sidoarjo

Praktik strategi komunikasi pemasaran yang dijalankan di travel umrah PT Ebad Alrahman Wisata Sidoarjo ini dilakukan melalui : Instagram, facebook, youtube, website, membuat media interaktif benama aplikasi “Ebad” untuk menawarkan produk, radio, baliho, booklet, pendirian stand di pameran, menjalin kerjasama promo dengan perusahaan lain, menjaga kepuasan pelanggan hingga kesan baik itu disampaikan kepada publik luas lewat tulisan atau lisan, serta pengoptimalan penjualan personal. Keterangan tersebut diperoleh dari hasil wawancara dengan Ibu Jofita sebagai supervisor divisi *marketing communication* :

*“Alhamdulillah sudah diterapkan beberapa dari bauran komunikasi pemasaran, namun kondisi sekarang lebih ke sosial media ada Instagram, facebook dan youtube.”*

Adapun penjelasan tersebut juga diperkuat oleh hasil wawancara dengan Ibu Rana selaku supervisor divisi *customer service* :

*”Secara keseluruhan PT Ebad Alrahman Wisata Sidoarjo sudah menerapkan bauran komunikasi, akan tetapi perhatian utama yaitu melalui mulut ke mulut diwujudkan ke pelayanan terbaik kepada pelanggan akan menambah kepuasan seorang jamaah kami, maka akan diteruskan ke pihak lain. Lalu bentuk media lain biasanya melalui radio (Suara Surabaya), website, baliho, booklet, membuka stand pameran di beberapa event di mall. berkerjasama terhadap beberapa lembaga bank atau sekolah guna menyampaikan programnya dalam presentasi serta mengoptimalkan kinerja marketing freelance dan customer service.”*

Hal ini membuktikan secara langsung jika PT Ebad Alrahman Wisata Sidoarjo berusaha memberitahukan informasi seputar penawaran layanan umrah secara rutin melalui beragam saluran komunikasi, agar meningkatkan minat masyarakat memakai jasanya seperti kegunaan dari diadakannya komunikasi pemasaran.

### 2. Penerapan Etika Binsis Islam dalam Komunikasi Pemasaran di PT Ebad Alrahman Wisata Sidoarjo

Travel umrah sebagai perusahaan dengan orientasi bisnisnya berfokus memberikan kemudahan penunaian ritual ibadah ke tanah suci bagi umat muslim, sudah seharusnya mengimplementasikan etika bisnis Islam di setiap keseluruhan dari kegiatan operasionalnya, terutama saat menjalankan agenda komunikasi pemasaran demi menambah pemakai jasanya. Berikut analisis yang dapat membuktikan bahwa PT Ebad Alrahman Wisata Sidoarjo telah melakukan Etika Bisnis Islam sebagaimana lima prinsip dasar yang dikemukakan oleh Faisal Badroen yaitu :

#### a. Prinsip Kesatuan (*Unity*)

Pada prinsip ini menganjurkan agar segala upaya kebijakan berbisnis sebaiknya mengandung nilai-nilai ilahiyah bukan hanya mengejar keuntungan dunia semata yang bisa merugikan pihak lain tetapi juga mempertahankan keberkahan tindakannya. Apalagi waktu pengerjaan aktivitas pengenalan produk atau jasa ke berbagai kalangan masyarakat perlu mentaati norma-norma atau hukum syariah. Dalam praktiknya PT Ebad Alrahman Wisata Sidoarjo telah melaksanakan aktivitas komunikasi pemasaran melalui dua tahapan yakni online berwujud pemberian informasi penting tentang perusahaan lewat website resmi. Selain itu pemakaian sosial media berupa instagram maupun facebook dimanfaatkan untuk promosi dan memberikan pengetahuan seputar artikel bertema keislaman. Kemudian youtube memiliki fungsi menampilkan video hasil kegiatan jamaah selama di tanah suci. Sedangkan offline menggunakan booklet yang berisikan pilihan paket umrah dilengkapi daftar harga, syarat-syarat pendaftaran serta prosedur pembatalan keberangkatan ibadah dimana setiap periode tertentu diperbarui mengikuti regulasi baru. Adapun baliho ditempatkan pada lokasi-lokasi strategis sehingga membuat tertarik bagi pembacanya. Semua konten di dalamnya mendapatkan evaluasi terlebih dahulu dari divisi marketing communication supaya ketika dipublikasikan tetap mematuhi ketentuan-ketentuan mempromosikan sesuatu menurut etika bisnis Islam misalnya merendahkan kompetitor serupa, mengandung banyak janji palsu dan terlalu mengeksploitasi model. Hal itu serupa dengan hasil wawancara dengan Ibu Jofita sebagai supervisor divisi *marketing communication* :

*“Biasanya konten promosi harus memperhatikan penggunaan model beserta bahan ulasannya agar tidak melanggar kaidah-kaidah promosi sesuai ajaran Islam.”*

Keterangan ini sejalan dengan pengalaman Bapak Ardianto sebagai jamaah umrah tahun 2015 yang pernah melihat bentuk komunikasi pemasaran dari PT Ebad Alrahman Wisata Sidoarjo :

*“Saya pernah lihat iklan PT Ebad Alrahman Wisata Sidoarjo baik baliho ataupun di booklet telah memenuhi kriteria syariat Islam serta bahasa iklannya pun mudah dipahami, justru membuat penasaran tentang isinya seperti ada potongan atau promo khusus sampai tertarik untuk menanyakannya lebih lanjut kesana.”*

Berdasarkan dua informasi tersebut terbukti jika pelaksanaan komunikasi pemasaran di PT Ebad Alrahman Wisata Sidoarjo tetap mematuhi aturan syariah ditunjukkan dari pesan-pesan dalam beberapa saluran medianya berisi keterangan rinci tentang penawaran layanan umrah. Kegiatan inilah dilakukan sebagaimana pemenuhan pada sebuah prinsip dasar etika berbisnis berdasarkan agama Islam yaitu kesatuan, dimana mampu mengarahkan akhlak para pelaku bisnis.

b. Prinsip Keadilan (*Equilibrium*)

Penekanan teradap salah satu dari ajaran Islam bagi seluruh umat muslim yaitu haruslah menjunjung sikap adil di dalam semua aktivitasnya sehari-hari, terutama saat menjalankan bisnis. Dampak positifnya akan menumbuhkan minat pemakaian produk yang sedang ditawarkan. Begitu juga yang telah dilakukan oleh PT Ebad Alrahman Wisata Sidoarjo dengan menekankan praktik komunikasi pemasarannya melalui pemerataan tingkat kualitas layanan didukung ketepatan penyampaian informasi. Divisi customer service di travel ini sangatlah berperan penting melakukan penjualan personal langsung maupun pemasaran interaktif memanfaatkan sosial media. Pelaksanaanya

dapat berbentuk seperti jika terdapat pelanggan bertanya seputar prosedur pengerjaan umrah lewat telepon diberikan keterangan secukupnya, namun apabila dirasa kurang diberikan saran agar mendatangi kantor atau sebaliknya perusahaan mengirim perwakilan guna menemui pihak bersangkutan. Sedangkan waktu mengarahkan calon jamaah sebelum mendaftar diawali sikap ramah menanyakan keperluan datang, dilanjutkan penjelasan tentang pilihan paket dilengkapi biaya, berkas-berkas pendaftaran, cara pembayaran dan kesepakatan-kesepakatan tertentu dengan menunjukkan booklet penawaran. Adapun bermacam-macam komplain juga diselesaikan menggunakan jalan damai menurut standar operasional. Keseluruhan langkah-langkah tersebut dikerjakan semaksimal mungkin tanpa membedakan statusnya. Hal ini sebagaimana hasil dari wawancara dengan Ibu Rana selaku supervisor divisi *customer service* :

*”Kalau PT Ebad Alrahman Wisata Sidoarjo sendiri biasanya ditunjukan oleh optimalnya pelayanan dari customer service misalnya penanganan mendaftar jamaah umrah, menyebarkan info segera melengkapi persyaratan, konfirmasi jadwal keberangkatan, penyetoran pembiayaan serta menyelesaikan komplain. Jadi intinya semua tetap diusahakan merata ke pengguna jasa layanan umrah disini.”*

Sedangkan penyampaian pemberitahuan pemberitahuan terbaru mengenai promosi umrah, potongan harga, kepastian agenda pemberangkatan, perubahan regulasi, dan agenda-agenda penting ke jamaah secara menyeluruh menjadi wujud pembentukan kepedulian perusahaan dalam menunjukkan rasa adil. Seperti jawaban dari hasil wawancara dengan Ibu Jofita sebagai supervisor divisi *marketing communication* :

*”Biasanya bila ada informasi seputar promo umrah ataupun agenda-agenda rutin di Ebad segera disebarluaskan pegawai customer service ke seluruh kontak jamaah terdaftar, supaya menghindari konflik dikarenakan tertinggalnya memperoleh suatu pesan.”*

Kedua penjelasan dari sumber informasi tersebut telah membuktikan jika PT Ebad Alrahman Wisata Sidoarjo memprioritaskan perolehan kesamaan hak-hak pemakai jasanya diwujudkan ke pemberian layanan terbaik saat mengerjakan kegiatan komunikasi pemasaran. Tentunya hal itu termasuk kepatuhan perusahaan terhadap penggunaan sebuah prinsip dasar etika berbisnis dilandasi hukum Islam berupa menjunjung tinggi keadilan.

#### c. Prinsip Kehendak Bebas (*Free Will*)

Ajaran Islam sangatlah mendukung nilai kebebasan, jadi sudah sewajarnya orang-orang beriman harus menerapkannya di semua aktivitas sehari-hari khususnya ketika berupaya mencari rezeki melalui jalan berbisnis, namun masih perlu memperhatikan ketentuan syariah agar terhindar dari perbuatan merugikan sesama. Pebisnis mampu menghasilkan keuntungan karena telah leluasa memanfaatkan strategi pengenalan produk ke publik sesuai tujuan guna menciptakan peningkatan penjualan secara berkelanjutan. PT Ebad Alrahman Wisata Sidoarjo melaksanakan aktivitas komunikasi pemasaran dengan lebih menekankan ke penawaran program umrah disertai materi-materi mengenai Islam secara sistematis lewat pemilihan berbagai saluran media informasi yang dianggap potensial diantaranya iklan radio, baliho, booklet, website, sosial media, youtube, serta aplikasi ”Ebad”. Selain itu jalinan kerjasama kepada

perusahaan atau lembaga lain berupa promo menggunakan presentasi ditempat juga dilakukan travel ini. Seluruh isi pesan di dalamnya disusun dengan bentuk kreatif dan menarik oleh divisi marketing communication, akan tetapi masih berpedoman pada etika bisnis saat berusaha mempromosikan jasa layanannya. Hal ini telah dijelaskan oleh Ibu Jofita sebagai supervisor divisi *marketing communication* dalam hasil wawancara :

*”Ya bisa dikatakan mungkin bebas mengerjakan apapun di konten iklan atau promosinya gitu sih, tentunya tidak sampai menyinggung pihak lain ataupun kompetitor serupa di beberapa bauran media yang dipakai. Demi memperlancar agenda inilah divisi marketing communication di PT Ebad Alrahman Wisata Sidoarjo mempunyai tim kreatif sendiri berjumlah 4 orang karyawan, Adapun tugasnya memikirkan tema sekaligus isi konten terbaru guna menarik minat masyarakat juga disesuaikan kehendak pimpinan pusat.”*

Berdasarkan penjelasan itu telah membuktikan bahwa PT Ebad Alrahman Wisata Sidoarjo mengupayakan penerapan salah satu prinsip dasar berbisnis menurut Islam berupa kehendak bebas saat menjalankan agenda komunikasi pemasaran.

d. Prinsip Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Tanggung Jawab menjadi salah satu prinsip dasar etika berbisnis menurut Islam, seharusnya menjadi pedoman utama bagi pebisnis muslim guna mendorong munculnya perilaku terpuji di seluruh rutinitas bisnisnya. Apalagi saat memasarkan hasil produksinya ke masyarakat luas demi memperoleh keuntungan berlimpah, supaya tetap terjaga keberlangsungan bisnisnya. Aktivitas komunikasi pemasaran di PT Ebad Alrahman Wisata Sidoarjo dilakukan dengan tidak melebihi-lebihkan atau menjebak waktu mempromosikan program umrah terbaru di berbagai saluran media informasi. Sementara mengenai tiga macam paket terkait fasilitas, akomodasi, harga, perlengkapan, dan persyaratan-persyaratan tertentu di jelaskan dalam bentuk booklet, dimana nantinya disampaikan kembali ke pelanggan yang akan mendaftar. Adapun kebijakan perusahaan untuk menjaga kepuasan jamaahnya dibuktikan melalui kecocokan pemberian beragam pelayanan pendukung ketika pelaksanaannya sebagaimana perjanjian di awal pendaftaran. Kondisi tersebut sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Rana selaku supervisor divisi *customer service* :

*”PT Ebad Alrahman Wisata Sidoarjo berusaha memenuhi wujud tanggung jawab terhadap konsumennya dimulai saat melakukan teknis kegiatan promosi sudah mencantumkan detail tentang paket umrah yaitu ada ebad, diva, serta thaibah. Masing-masing pilihan itu mendapatkan kelengkapan sarana penunjang berbeda, sementara prosedur daftar, pembayaran, pembatalan dan aturan khusus tiap jamaah sama penjelasannya di booklet. Customer service juga dituntut menjelaskan kembali hal-hal penting kepada calon pendaftar, ya agar lebih paham selanjutnya baru dilakukan akad. Setelahnya saat pengerjaan di lapangan diupayakan tetap menjaga kesesuaian layanan berdasarkan ketentuan tadi demi menghindari kekecewaan pemakai jasa ibadah disini.”*

Dimana pendapat tersebut juga didukung oleh pengalaman Ibu Carla sebagai jamaah Umrah tahun 2020 :

*”Ya kalau sepengalaman saya bisa dibilang bertanggung jawablah, soalnya apa yang PT Ebad Alrahman Wisata Sidoarjo janjikan sampai praktiknya telah sesuai kesepakatan sebelumnya.”*

Menurut dua keterangan itu menunjukkan bahwa PT Ebad Alrahman Wisata Sidoarjo sangat mengedepankan bentuk transparansi, tidak berlebihan menawarkan sesuatu, serta menepati janji-janji pada iklan atau promonya. Kepercayaan pelanggan dijaga menggunakan pemenuhan semua kebutuhan ketika menunaikan ibadah di tanah suci menurut pilihan paket umrah. Inilah wujud kepatuhan perusahaan terhadap salah satu prinsip dasar etika berbisnis dilandasi ajaran Islam berupa tanggung jawab.

e. Prinsip Ihsan (*Benevolence*)

Menjalankan kebaikan dalam segala hal termasuk salah satu perintah ajaran Islam yang perlu diterapkan umat muslim untuk berbuat kebaikan selama beraktivitas sehari-hari, utamanya saat mengelola bisnis demi mencukupi kebutuhan hidup. Apalagi mencoba mempertahankan kelangsungan bisnis, dibutuhkan pembentukan citra positif dihadapan publik melalui interaksi khusus. Seperti halnya yang dikerjakan PT Ebad Alrahman Wisata Sidoarjo dengan mencoba menunjukkan sikap kepedulian bagi para pelanggan berwujud peningkatan kualitas layanan ketika menjalankan komunikasi pemasaran. Divisi customer service memiliki peran penting itu sebab kesan baik perusahaan mampu tercipta, sehingga mempengaruhi penambahan penjualan langsung dan memudahkan pemasaran mulut ke mulut. Dimulai ketika menghadapi seorang masyarakat yang datang ke kantor guna mendaftar umrah atau meminta informasi tertentu dilakukan secara sopan, ramah dan sabar. Adapun prosedur penanganannya yaitu terlebih dahulu menanyakan keperluan, mempersilahkan duduk, memberi air mineral serta dilanjutkan mengarahkan atau menjelaskan program-programnya. Sebagaimana keterangan dari Bapak Ardianto sebagai jamaah umrah tahun 2015 :

*”Jadi pertama kali mendatangi kantor PT Ebad Alrahman Wisata Sidoarjo. Hanya sekedar ingin bertanya tentang harga paket umrah dan proses daftarnya disebabkan masih awam. Alhamdulillah pegawainya disana cukup tekun menyampaikan detail-detailnya sampai membuat saya tertarik menunaikan ibadah ke tanah suci lewat travel tersebut.”*

Selain itu ketepatan customer service dalam mengingatkan pemberitahuan terbaru atau agenda rutin ke jamaah umrah terdaftar menjadikan bukti maksimalnya layanan di perusahaan, serta menjaga hubungan baik kepada semua pemakai jasanya supaya terbentuk pelanggan tetap. Keadaan demikian sama seperti pengalaman Ibu Carla sebagai jamaah umrah tahun 2020 :

*”Kalau menurut saya pelayanannya cukup informatif. Maksudnya tanpa perlu kita tanya dulu pasti customer service itu sudah langsung infoin maupun memberi tahu lagi sesuatu penting misalnya manasik dijadwalkan dua minggu sebelum keberangkatan umrah. Selesai pelaksanaan umrah terkadang pegawai PT Ebad Alrahman Wisata Sidoarjo masih menegur sapa kayak menanyakan kabar atau kapan umrah lagi, intinya masih menjalin interaksi.”*

Berlandaskan penjabaran di atas membuktikan PT Ebad Alrahman Wisata Sidoarjo telah memberikan wujud kebaikan ke semua pelanggannya lewat perbaikan layanannya didukung kinerja maksimal divisi customer service dalam menjalankan aktivitas komunikasi pemasaran. Tentunya langkah-langkah ini termasuk kepatuhan perusahaan terhadap pengimplementasian prinsip dasar berbisnis berdasar hukum Islam berupa ihsan.