

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Hotel syariah saat ini memang tengah menjadi trend baru dalam bisnis akomodasi dan perhotelan di Indonesia. Cerahnya bisnis hotel syariah ini turut ditopang oleh besarnya pasar konsumen muslim khususnya disektor pariwisata baik di dalam maupun luar negeri. Pasar konsumen muslim diprediksi akan terus meningkat. Lembaga konsultan bisnis dan pemasaran dunia, Ogilvy and Mather mencatat konsumen muslim semakin menjadi segmen penting dengan pasar halal diperkirakan bernilai 2,1 triliun dolar AS, dengan pertumbuhan tahunan sebesar 500 miliar dolar AS.¹

Meski terus berkembang, namun Riyanto Sofyan yang menjadi anggota kelompok kerja dalam Gerakan Ekonomi Syariah menilai bisnis hotel syariah di Indonesia masih perlu penguatan kapasitas, terutama mengenai pemahaman konsep syariah di sektor jasa perhotelan. Konsep syariah harus diterapkan setidaknya dalam 3 sektor yaitu produk, sarana dan fasilitas, serta pelayanan. Jadi sebisa mungkin semua unsur harus memenuhi kaidah syariah.² Berikut ini merupakan etika-etika islam yang bersifat umum dalam menjalankan mu'amalah, usaha ekonomi, termasuk usaha perhotelan, yaitu:³

1. Tidak memproduksi, memperdagangkan, menyediakan, atau menyewakan produk atau jasa yang secara keseluruhan maupun sebagiannya dilarang dalam ketentuan Syariah. Seperti dalam hal makanan, mengandung unsur babi; minuman khamar, perjudian, perzinaan, dll., yang semacam itu.
2. Transaksi dilakukan berdasarkan jasa atau produk yang nyata, benar-benar ada. Tidak bersifat meragukan.
3. Tidak mengandung unsur kezhaliman, kemudharatan, kemungkaran, kemaksiatan maupun kesesatan yang terlarang dalam kaidah Syariah; baik secara langsung maupun tidak langsung.

¹ Iffah Nur Arifah, "Bisnis Hotel Syariah Perlu Standarisasi", dalam http://www.radioaustralia.net.au/indonesian/2013-11-20/bisnis-hotel-syariah-perlu-standarisasi_/1222370, (diakses tanggal 23 Februari 2016).

² Loc.cit

³ WD, "Hotel dengan Kaidah Syariah", dalam <https://mentoringku.wordpress.com/2008/10/27/hotel-dengan-kaidah-syariah/>, (diakses tanggal 23 Februari 2016).

4. Tidak ada pula unsur penipuan, kecurangan, kebohongan, ketidak-jelasan (gharar), resiko yang berlebihan dan membahayakan,
5. Ada komitmen menyeluruh dan konsekuen dalam menjalankan perjanjian yang disepakati antar pihak-pihak terkait.

Hotel yang merupakan salah satu bisnis yang bergerak pada sektor jasa khususnya akomodasi, segmentasi pasarnya adalah tamu yang datang untuk beristirahat. Oleh karena itu, tempat yang bersih, nyaman dan aman adalah hal yang dibutuhkan oleh konsumennya. Setiap konsumen pasti menginginkan yang terbaik karena itu adalah haknya sebagai konsumen. Setiap konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan, informasi yang benar dan jujur dan perlakuan atau pelayanan secara benar apa yang ia beli.⁴

Kepuasan konsumen adalah salah satu yang diutamakan, tidak terkecuali hotel syariah, karena hal itu dapat menentukan berhasil atau gagalnya suatu usaha perhotelan. Konsumen yang tidak puas tentunya tidak akan kembali menggunakan jasa dari hotel tersebut, apalagi didukung dengan banyaknya pilihan hotel lain.

Di Bandung sangat banyak terdapat penyedia jasa akomodasi yang menyediakan berbagai macam fasilitas, harga, dan keunikan. Semua itu dilakukan agar konsumen menjadi tertarik dan pada akhirnya memilih jasa yang ditawarkan oleh hotel. Pada penelitian ini penulis memilih Hotel Daarul Jannah yang terletak di Jalan Gegerkalong Girang No 67 Bandung. Hotel Daarul Jannah adalah penginapan yang bernuansa islami dengan lokasi di dalam Komplek Pondok Pesantren Daarut Tauhid. Hal yang membedakan Hotel Daarul jannah dengan hotel lain adalah pelayanan dan fasilitas yang diberikan mencerminkan nilai-nilai islami dan bernuansa religi. Salah satu contoh bahwa hotel ini mencerminkan nilai islami adalah semua karyawan hotel mengenakan busana yang menutup aurat, hotel juga hanya menyediakan makanan dan minuman yang halal serta ketersediaan sarana ibadah.

Oleh karena itu, dengan diterapkannya etika-etika islam dan nuansa religi, Hotel Daarul Jannah diharapkan tetap dapat memberikan pelayanan yang maksimal dan kenyamanan bagi para konsumennya. Sebagaimana yang dikemukakan oleh seorang pakar pemasaran Fandy Tjiptono bahwa setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasarnya, karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat bergantung pada perilaku konsumennya, pihak

⁴Johan Arifin, *Fiqih Perlindungan Kosumen*, (Semarang : Rasail, 2007), 133.

manajemen perusahaan dapat menyusun strategi dan program yang tepat dalam rangka memanfaatkan peluang yang ada untuk memenangkan persaingan.⁵

Berdasarkan latar belakang diatas, keunikan Hotel Daarul Jannah yang berani memposisikan diri sebagai penyedia jasa akomodasi yang berdasarkan etika-etika islam dan juga begitu pentingnya variabel-variabel yang dapat mempengaruhi minat konsumen untuk memakai jasa akomodasi khususnya hotel syariah, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang variabel-variabel yang dapat mempengaruhi minat konsumen dengan melakukan penelitian tentang “Pengaruh Penerapan Etika-Etika Islam dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Konsumen di Hotel Daarul Jannah Bandung”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan diteliti, yaitu:

1. Seberapa besar pengaruh penerapan etika bisnis islam terhadap minat konsumen Hotel Daarul Jannah Bandung secara parsial ?
2. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat konsumen Hotel Daarul Jannah Bandung secara parsial ?
3. Seberapa besar pengaruh penerapan etika bisnis islam dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap minat konsumen Hotel Daarul Jannah Bandung?

C. Tujuan dan Kegunaan penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Mengidentifikasi variabel penerapan etika-etika bisnis islam, kualitas pelayanan, dan minat konsumen hotel syariah.
- b. Mengukur dan menganalisis pengaruh penerapan etika-etika bisnis islam dan kualitas pelayanan terhadap minat konsumen.

2. Manfaat Penelitian

⁵Fandi Tjiptono, *Total Quality Service*, (Yogyakarta : Andi, 1997), 19.

- a. Sebagai bahan evaluasi kinerja manajemen Hotel Daarul Jannah dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan hotel demi kepuasan konsumen dengan tetap berpegang teguh pada etika-etika bisnis islam.
- b. Diharapkan bermanfaat secara teori dan aplikasi terhadap pengembangan khazanah ilmu ekonomi islam.
- c. Sebagai bahan informasi penelitian selanjutnya.

D. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya terkait pengaruh penerapan etika-etika islam dan kualitas pelayanan terhadap minat konsumen hotel syariah adalah:

1. Penelitian Nainggolan⁶ (2011), judul penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Faktor Emosional, dan Lokasi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen pada Hotel Internasional Sibayak Berastagi. Teknik analisis data yang digunakan adalah Metode Structural Equation Modeling (SEM), dengan perangkat lunak AMOS 18. Hasil uji kecocokan yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, harga, faktor emosional, lokasi mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen pada Hotel Internasional Sibayak Berastagi. Masing-masing variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen Hotel Internasional Sibayak Berastagi. Variabel faktor emosional merupakan faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen artinya variabel faktor emosional lebih berperan dalam menentukan kepuasan konsumen pada Hotel Internasional Sibayak Berastagi.
2. Penelitian Normasari⁷ (2013), judul penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian penjelasan (eksplanatory research) dengan pendekatan

⁶Nainggolan, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Faktor Emosional dan Lokasi terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen pada Hotel Internasional Sibayak Brastagi*. Tesis : 2011

⁷Normasari, *Pengaruh kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan di Hotel Pelangi Malang*. Tesis : 2013

kuantitatif. Sampel sebanyak 112 orang responden yang menginap di Hotel Pelangi Malang minimal dua kali. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah accidental sampling dan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan analisis deskriptif, dan analisis jalur (path analysis). Hasil analisis jalur (path analysis) dapat diketahui bahwa: (1) variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan; (2) variabel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Citra Perusahaan; (3) variabel Kualitas Pelayanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Loyalitas Pelanggan; (4) variabel Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Citra Perusahaan; (5) variabel Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Loyalitas.

3. Penelitian Syahputra (2011), judul penelitian Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Occupant Pada Hotel Lido Graha Di Lhokseumawe. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan survey, dengan menggunakan metode statistik regresi linear berganda. Hasil penelitian pertama menunjukkan bahwa secara serempak kualitas pelayanan yang terdiri dari bentuk fisik, keandalan, ketanggapan, keyakinan, bentuk fisik dan ketanggapan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan, di mana dari kelima variabel tersebut variabel keyakinan merupakan variabel yang paling dominan dibandingkan dengan empat variabel lainnya. Dari hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa loyalitas occupant sangat dipengaruhi oleh kepuasan occupant. Kesimpulan penelitian adalah: 1). Kualitas pelayanan secara simultan memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan occupant dan 2). Kepuasan occupant memberikan pengaruh signifikan terhadap loyalitas occupant Hotel Lido Graha di Lhoksumawe
4. Penelitian Erika Amelia (Thesis S2 UI) yang berjudul “Fakto-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Customer untuk Menggunakan Jasa Hotel Syariah: Studi Kasus Hotel Sofyan Betawi” menunjukkan bahwa faktor yang berkaitan atribut syariah memiliki pengaruh yang dominan dalam mempengaruhi keputusan customer untuk menggunakan jasa hotel

syariah.⁸ Penelitian ini menggunakan teknik analisa factor dan menggunakan teknik analisis Cross Tabulation Chi Square pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Penelitian ini menghasilkan jawaban-jawaban atas kedua permasalahan tersebut di atas. Pertama, factor dominan yang mempengaruhi keputusan customer untuk menggunakan jasa Hotel Sofyan Betawi adalah faktor syariah yang terdiri dari 5 atribut factor, yaitu keinginan untuk ikut serta dalam rangka memajukan ekonomi syariah, adanya sertifikat hotel syariah yang diterima hotel sofyan dari MUI, kebijakan hotel sofyan meniadakan minuman dan makanan yang haram, kebijakan hotel sofyan menyisihkan zakat dari harga produk jasa yang ditawarkan, kebijakan hotel sofyan menyisihkan dana social untuk kepentingan umat Islam. Kedua, ada hubungan antara beberapa karakteristik responden, yang terdiri atas jenis kelamin, agama, pendidikan, penghasilan dengan factor-faktor yang mempengaruhi keputusannya untuk menjadi customer Hotel Sofyan Betawi.

5. Penelitian U Lestari, mahasiswa STEI Tazkia Bogor pada Hotel Sofyan Betawi dapat disimpulkan bahwa penerapan Syariah Islam pada bisnis atau usaha perhotelan tetap dapat memberikan layanan dan fasilitas yang memuaskan.⁹
6. Penelitian Abdul Warits, Mahasiswa IAIN Walisongo pada Hotel Graha Agung Semarang dapat disimpulkan bahwa penerapan prinsip-prinsip islam dan kualitas pelayanan secara signifikan berpengaruh terhadap minat konsumen.¹⁰

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan dan penerapan etika atau prinsip bisnis Islam, sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada variabel Y nya yaitu penelitian ini membahas tentang minat konsumen menginap di hotel syariah dan metodologi yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif melalui kuesioner yang disebar kepada responden kemudian di olah melalui SPSS 13.

E. Kerangka Pemikiran

⁸Erika Amelia, *Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan Customer Untuk menggunakan Jasa Hotel Syariah : Studi Kasus Hotel Sofyan Betawi*, (Thesis S2 dipublikasikan pada digital library Universitas Indonesia Jakarta, 2006).

⁹ U Lestari, *Analisa Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Jasa Hotel Berbasis Syariah : Studi Kasus Hotel Sofyan Betawi Jakarta*, (Skripsi dipublikasikan, 2008).

¹⁰ Abdul Warits, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah Terhadap Minat Konsumen Hotel Syariah : Studi Kasus Hotel Graha Agung Semarang*, (Skripsi dipublikasikan, 2008).

Untuk menjelaskan masalah penelitian ini digunakan beberapa teori yang terkait langsung dengan masing-masing variabel, yaitu:

1. Hotel Syariah

Kata hotel merupakan perkembangan dari bahasa perancis, yaitu *hostel*, diambil dari bahasa Latin *Hospes*. Hotel adalah suatu bentuk akomodasi yang dikelola secara komersial, disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan dan penginapan berikut makan dan minum.¹¹ Sedangkan Syariah secara harfiah memiliki makna “jalan menuju sumber air”, dalam pengertian teknis, syariah berarti sistem hukum dan aturan perilaku yang sesuai dengan ajaran Alquran dan Hadist.¹² Sementara itu, menurut Abd Jalil Borham syariah bermakna hukum-hukum yang diperundangkan Allah SWT kepada Hamba-Nya supaya mereka beriman dan beramal, agar membawa kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat. Hukum-hukum ini dinamakan syariah karena kedudukannya yang lurus, sistemnya yang benar tidak menyimpang dari yang diperintah oleh Allah SWT.¹³

Dalam Keputusan Menteri Pariwisata, Pos, Telekomunikasi Nomor KM. 94/HK.103/MPPT-87 tahun 1987 tentang ketentuan Usaha dan Penggolongan Hotel disebutkan dalam Bab I Pasal 1 poin b: hotel adalah salah satu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa pelayanan penginapan, makan dan minum serta jasa lainnya bagi umum, yang dikelola secara komersial, serta memenuhi ketentuan persyaratan yang ditetapkan.¹⁴

Pada pasal 26 Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata disebutkan bahwa setiap pengusaha pariwisata (pengusaha hotel masuk dalam kategori ini, khususnya sebagai penyedia jasa makanan dan minuman serta akomodasi) berkewajiban.¹⁵

- a. Menjaga dan menghormati norma agama, adat istiadat, budaya, dan nilai-nilai yang hidup dalam masyarakat setempat;

¹¹ Yayuk Sri Perwani, *teori dan petunjuk praktek housekeeping untuk akademi Perhotelan*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 1993), 2.

¹² Mervyn K. Lewis dan Latifa M. Algaoud, *perbankan syariah : prinsip, praktik, dan prospek*, diterjemahkan oleh Burhan Subrata, (Jakarta : PT. Serambi Ilmu Semesta, 2007), 27.

¹³ Abd. Jalil Borham, *Pengantar Perundangan Islam*, (Skudai Johor : Universitas Teknologi Malaysia, 2002), 3.

¹⁴ http://perpustakaan.bappenas.go.id/lontar/file?file=digital/145661-%5B_Konten_%5D-KEPMEN%20PARIWISATA,%20POS%20DAN%20TELEKOMUNIKASI%20NO.%20KM%2094-HK.103-MPPT-87%20%20TH%201987.PDF, (diakses tanggal 24 Maret 2016).

¹⁵ Kewajiban pengusaha pariwisata pada pasal 26 Undang-undang No.10 Tahun 2009, dalam http://www.dpr.go.id/dokjdi/document/uu/UU_2009_10.pdf, (diakses tanggal 24 Maret 2016).

- b. Memberikan informasi yang akurat dan bertanggung jawab;
- c. Memberikan pelayanan yang tidak diskriminatif;
- d. Memberikan kenyamanan, keramahan, perlindungan keamanan, dan keselamatan wisatawan;
- e. Memberikan perlindungan asuransi pada usaha pariwisata dengan kegiatan yang beresiko tinggi;
- f. Mengembangkan kemitraan dengan usaha mikro, kecil, dan koperasi setempat yang saling memerlukan, memperkuat, dan menguntungkan;
- g. Mengutamakan penggunaan produk masyarakat setempat, produk dalam negeri, dan memberikan kesempatan kepada tenaga kerja lokal;
- h. Meningkatkan kompetensi tenaga kerja melalui pelatihan dan pendidikan;
- i. Berperan aktif dalam upaya pengembangan prasarana dan program pemberdayaan masyarakat.
- j. Turut serta mencegah segala bentuk perbuatan yang melanggar kesusilaan dan kegiatan yang melanggar hukum di lingkungan tempat usahanya;
- k. Memelihara lingkungan yang sehat, bersih, dan asri;
- l. Memelihara kelestarian lingkungan alam dan budaya;
- m. Menjaga citra negara dan bangsa Indonesia melalui kegiatan usaha kepariwisataan secara bertanggung jawab; dan
- n. Menerapkan standar usaha dan standar kompetensi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Dari ketentuan di atas, hotel pada dasarnya adalah usaha yang bersih karena tidak ada tuntutan atau kewajiban bagi pengusaha hotel untuk menyediakan fasilitas atau produk yang melanggar norma kesusilaan masyarakat. Juga tidak ada kewajiban bagi pengusaha yang bergerak di bidang kepariwisataan yang melanggar norma-norma syariah Islam. Bahkan dari ketentuan di atas, manajemen hotel ditegaskan untuk menjaga martabat hotel dengan melarang hal-hal yang ada kemungkinan melanggar susila, ketertiban umum, serta tindak kejahatan lainnya. Hal demikian jelas sangat sejalan dengan syariah Islam sehingga tidak perlu ada keberatan atau kendala-kendala di dalamnya.

Menurut Riyanto Sofyan dalam bukunya yang berjudul bisnis syariah mengapa tidak?, standar atau kriteria hotel syariah diantaranya disampaikan dalam uraian berikut:¹⁶

a. Fasilitas

Semua fasilitas, baik fasilitas mendasar yang harus dipunyai oleh hotel atau fasilitas tambahan, merupakan fasilitas-fasilitas yang akan memberikan manfaat positif dan sesuai dengan tuntunan syariah.

b. Tamu

Tamu yang *check-in*, khususnya pasangan lawan jenis, diseleksi terlebih dahulu. Seleksi dilakukan untuk mengetahui apakah pasangan tersebut merupakan suami istri, keluarga, atau pasangan yang bukan mahram.

c. Pemasaran

Hotel syariah harus terbuka bagi siapa saja, baik pribadi maupun kelompok, formal ataupun informal dari berbagai macam suku, agama, ras, dan golongan. Selama aktivitasnya di hotel tidak dilarang oleh negara dan bukan penganjur kerusakan, kemungkaran, permusuhan, serta lainnya yang sejenis.

d. Makanan dan Minuman

Makanan dan minuman yang disediakan adalah makanan dan minuman yang halal atau tidak dilarang oleh syariah. Dalam pembuatan makanan dan minuman, baik bahan-bahan maupun proses produksinya, kehalalannya harus terjamin (tidak tercampur dengan bahan-bahan yang dilarang oleh syariah).

e. Dekorasi dan Ornamen

Dekorasi dan ornamen disesuaikan dengan nilai-nilai keindahan dalam islam serta tidak bertentangan dengan syariah. Ornamen seperti patung ditiadakan, begitu juga dengan lukisan makhluk hidup sebaiknya dihindari. Meskipun demikian, dekorasi hotel tidak harus dalam bentuk kaligrafi atau nuansa timur tengah lainnya.

f. Operasional

1) Kebijakan

Kebijakan perusahaan internal yang berupa kebijakan manajemen dan peraturan-peraturan harus dibuat sesuai dengan nilai-nilai syariah. Begitu juga dengan kebijakan eksternal, baik berupa kerja sama ataupun investasi dan pengembangan

¹⁶Riyanto Sofyan, *Bisnis Syariah Mengapa Tidak?*, (Jakarta : GramediaPustaka Utama, 2011), 65.

usaha, dilakukan dengan mitra yang aktivitas usahanya tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah.

2) Pengelolaan SDM

Penerimaan dan perekrutan SDM tidak membedakan suku, agama, ras, dan golongan. Seragam karyawan harus sesuai dengan kaidah berpakaian dalam Islam (menutup aurat).

3) Keuangan

Pengelolaan keuangan disesuaikan dengan sistem pengelolaan keuangan sesuai dengan syariat Islam. Bila perusahaan mempunyai keuntungan yang mencukupi nishab zakat, perusahaan wajib mengeluarkan zakat.

4) Struktur

Adanya sebuah lembaga yang akan mengawasi jalannya operasional hotel secara syariah dan yang akan memberikan arahan dan menjawab persoalan-persoalan yang muncul di lapangan yang berkaitan dengan penerapan operasional hotel secara syariah. Lembaga ini adalah Dewan Pengawas Syariah. Orang yang duduk didalamnya adalah orang-orang berlatar pendidikan syariah yang punya pengetahuan tentang kaidah-kaidah hukum dalam syariat Islam.

5) Pelayanan

Pelayanan yang diberikan adalah pelayanan yang sesuai kaidah Islam yang memenuhi aspek keramahmataman, bersahabat, jujur, amanah, suka membantu dan mengucapkan kata maaf dan terima kasih. Pelayanan yang dilakukan juga harus pada batas-batas yang dibolehkan oleh syariah, misalnya tidak menjurus pada khalwat.

Menurut definisi diatas dapat diambil kesimpulan bahwa Hotel syariah adalah suatu bentuk akomodasi yang dikelola secara komersial, disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan dan penginapan berikut makan dan minumsesuai dengan ajaran Alquran dan Hadist atau hotel yang operasional dan layanannyatelah menyesuaikan dengan prinsip-prinsip syari'ah atau pedomanajaran Islam, guna memberikan suasana tenteram, nyaman, sehat,dan bersahabat yang dibutuhkan tamu, baik muslim maupun nonmuslim.Hotel syari'ah merupakan salah satu bisnis islami yang harus didasarkan atas nilai-nilai syari'ah, baik dalam pelayanan maupun manajemennya.

2. Penerapan Etika Bisnis Islam

Penerapan adalah pemanfaatan hasil penelitian, pengembangan, dan ilmu pengetahuan, serta teknologi yang telah ada ke dalam kegiatan perekayasaan, inovasi, dan difusi teknologi.¹⁷ Sedangkan etika secara bahasa berasal dari kata ethos yang berarti kebiasaan, secara terminologis etika adalah studi sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah, dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikannya untuk apa saja. Disini etika dapat dimaknai sebagai dasar moralitas seseorang dan di saat bersamaan juga sebagai filsufnya dalam berperilaku.¹⁸

Menurut definisi diatas dapat disimpulkan bahwa penerapan etika-etika islam pada hotel syariah adalah pelaksanaan pedoman-pedoman dalam operasional bisnis sehari-hari di hotel syariah dengan menerapkan prinsip-prinsip syariah atau sesuai berdasarkan nilai-nilai syariah.

Banyak prinsip syariah dan kaidah syariah yang dapat dijadikan pedoman dalam mengelola hotel sehingga terwujud nuansa dan suasana yang didambakan, diantaranya adalah:

- a. Memuliakan tamu (*fal yukrim dhaifahu*).
- b. Tenteram, damai, dan selamat (*salam*).
- c. Terbuka untuk semua kalangan, artinya universal (*kaffatan lin-naas*).
- d. Rahmat bagi semua kalangan dan lingkungan (*rahmatan lil'aalamiin*).
- e. Jujur (*siddiq*).
- f. Dipercaya (*amanah*).
- g. Konsisten (*istiqamah*).
- h. Tolong menolong dalam kebaikan (*ta'awun alal birri wattaqwa*).

Berikut ini merupakan etika-etika islam yang bersifat umum dalam menjalankan mu'amalah, usaha ekonomi, termasuk usaha perhotelan, yaitu:¹⁹

- a. Tidak memproduksi, memperdagangkan, menyediakan, atau menyewakan produk atau jasa yang secara keseluruhan maupun sebagiannya dilarang dalam ketentuan Syariah. Seperti dalam hal makanan, mengandung unsur babi; minuman khamar, perjudian, perzinaan, dll., yang semacam itu.

¹⁷Murti Martoyo, *Lahirnya Tahun Indonesia untuk Ilmi pengetahuan, 2005-2006: Buku Eksklusif*, (LIPI, 2005), 45.

¹⁸Faisal badroen, dkk., *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta : Kencana, 2006), 5.

¹⁹WD, "Hotel dengan Kaidah Syariah", dalam <https://mentoringku.wordpress.com/2008/10/27/hotel-dengan-kaidah-syariah/>, (diakses tanggal 23 Februari 2016).

- b. Transaksi dilakukan berdasarkan jasa atau produk yang nyata, benar-benar ada. Tidak bersifat meragukan.
- c. Tidak mengandung unsur kezhaliman, kemudharatan, kemungkaran, kemaksiatan maupun kesesatan yang terlarang dalam kaidah Syariah; baik secara langsung maupun tidak langsung.
- d. Tidak ada pula unsur penipuan, kecurangan, kebohongan, ketidak-jelasan (gharar), resiko yang berlebihan dan membahayakan,
- e. Ada komitmen menyeluruh dan konsekuen dalam menjalankan perjanjian yang disepakati antar pihak-pihak terkait.

3. Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan kata kunci dalam industri pariwisata, karena kualitas memiliki arti yang sangat penting dalam bisnis jasa ini. Beberapa wisatawan mencari mutu yang tinggi dan ia rela membayar berapapun untuk mendapatkan kualitas yang menurutnya memadai. Sedangkan pelayanan adalah serangkaian kegiatan yang dirancang untuk memenuhi kepuasan-kepuasan wisatawan, perasaan dimana produk atau jasa telah mencapai harapan yang diinginkan. Pelayanan adalah inti dari kegiatan wisata dan membuat produk wisata menjadi unik.²⁰

Menurut definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara untuk memenuhi kepuasan pelanggan sesuai dengan apa yang diinginkan atau diharapkan oleh pelanggan.

4. Minat Konsumen

Minat adalah kecenderungan seseorang untuk melakukan sesuatu perbuatan, misalnya, minat untuk mempelajari dan melakukan sesuatu.²¹ Sedangkan menurut Andar Ismail, minat adalah sesuatu yang dengannya kita mengidentifikasikan diri. Minat menambah kegembiraan pada tiap kegiatan yang kita lakukan. Ibarat bumbu yang membuat makanan menjadi sedap, begitulah minat membuat seluruh kegiatan menjadi menarik. Minat merupakan sumber motivasi

²⁰ Ismayanti, *Pengantar Pariwisata*, (Jakarta : Grasindo), 68.

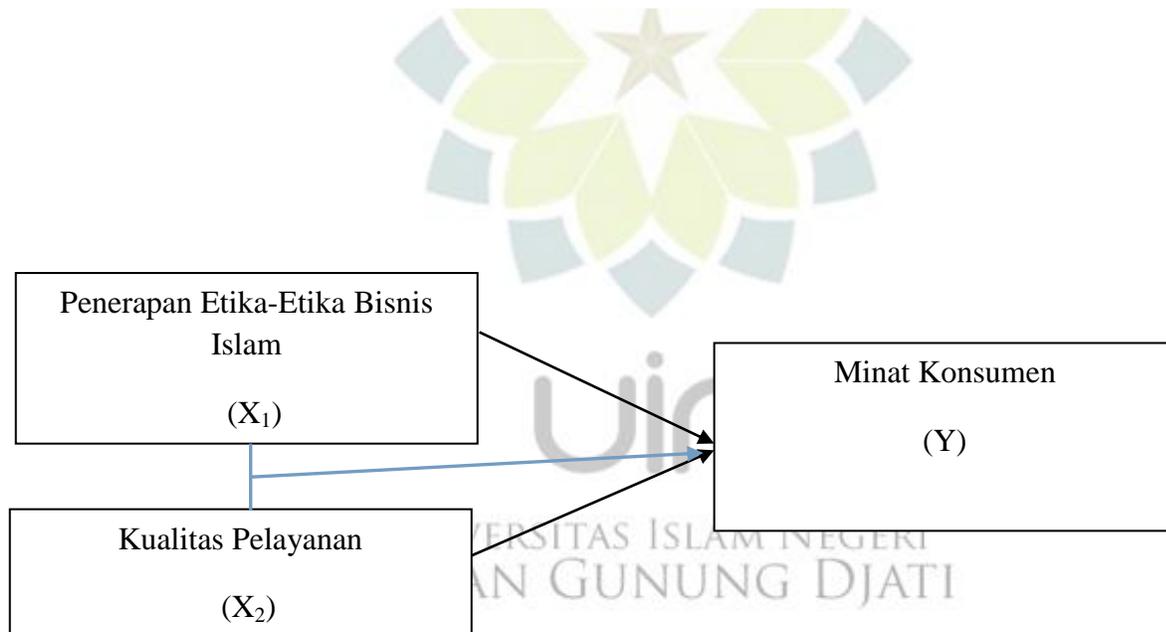
²¹ Tim Pengembang Ilmu Pendidikan FIP-UPI, *Ilmu dan Aplikasi Pendidikan*, (Jakarta: Grasindo, 2007),

kita berbuat sesuatu, misalnya belajar dan berupaya untuk memperoleh kegembiraan dari apa yang kita minati.²²

Menurut definisi diatas dapat disimpulkan bahwa minat konsumen hotel syariah adalah keinginan pelanggan atau konsumen untuk memakai jasa yang disediakan oleh hotel syariah.

5. Kerangka Teoritik Pemikiran

Sejalan dengan tujuan penelitian dan kajian teori yang sudah dijelaskan diatas selanjutnya akan diuraikan kerangka berfikir mengenai pengaruh penerapan etika-etika islam dan kualitas pelayanan terhadap minat konsumen di hotel syariah. Kerangka teoritik pemikiran dijelaskan pada gambar dibawah ini:



Gambar 1.1 Paradigma Penelitian

F. Hipotesis

²² Andar Ismail, *Selamat Menabur : 33 Renungan Tentang Didik Mendidik*, (Jakarta: Gunung Mulia, 2008), 36.

Hipotesis adalah suatu perumusan sementara mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal itu dan juga dapat menuntun/mengarahkan penyelidikan selanjutnya.²³ Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Penerapan etika bisnis Islam diduga berpengaruh positif terhadap minat konsumen di hotel syariah.
2. Kualitas pelayanan diduga berpengaruh positif terhadap minat konsumen di hotel syariah.
3. Penerapan etika bisnis Islam dan kualitas pelayanan secara simultan diduga berpengaruh positif terhadap minat konsumen.



²³Husen Umar, *Riset Sumber Daya Manusia*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2005), 168.