

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**SISTEM PELAYANAN BERBASIS DIGITAL PADA *HASANAH*
GUEST HOUSE PEKANBARU DI MASA PANDEMI COVID-19
 DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN
 MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Memenuhi Syarat Guna
 Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)
 Fakultas Syariah dan Hukum**

**OLEH**

**HAZWIN AL FARID
 NIM. 11820511715**

**PROGRAM S1
 EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
 1443 H/2022 M**



PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul “Sistem Pelayanan Berbasis Digital Pada *Hasanah Guest House* Pekanbaru Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Menarik Minat Konsumen Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syariah” yang ditulis oleh:

Nama : Hazwin Al Farid
 NIM : 11820511715
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang Munaqasah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 20 Ramadhan 1443 H
 22 April 2022 M

Pembimbing Skripsi,

Rozi Andrini, ME
 NIP. 19940502 201801 2 002

UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “**SISTEM PELAYANAN BERBASIS DIGITAL PADA HASANAH GUEST HOUSE PEKANBARU DI MASA PANDEMI COVID-19 DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH**”, yang ditulis oleh :

Nama : Hazwin Al Farid
 NIM : 11820511715
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada :

Hari / Tanggal : 21 Juni 2022
 Waktu : 13.00 WIB
 Tempat : Ruang Munaqasyah (Gedung Belajar lt. 2)

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 21 Juni 2022 M

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua

Hendri Sayuti, M.Ag
 19760829 200312 1 003

Sekretaris

Desi Devrika Devra, SHI.,M.Si
 197312271994022001

Penguji I

Bambang Hermanto, M. Ag
 19780214 200003 1 001

Penguji II

Afdhol Rinaldi, SE, M.Ec
 19790604 201411 1 001

h. Fauzi

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Mengetahui :

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



Dr. Zulkipli, M.Ag

NIP 19741006 200501 1 005



Lampiran Surat :

Nomor : Nomor 25/2021
 Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Hazwin Al Farid
 NIM : 11820511715
 Tempat/Tgl. Lahir : Pekanbaru, 14 Maret 2000
 Fakultas/Pascasarjana : Syariah dan Hukum
 Prodi : Ekonomi Syariah

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* :
 "Sistem Pelayanan Bebas Digital Pada Hasanah Guest House Pekanbaru
 Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen Menurut
 Perspektif Ekonomi Syariah".

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan Disertai/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya)* saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan peraturan perundang-undangan.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 7 Juli 2022
 Yang membuat pernyataan



Hazwin Al Farid
 NIM : 11820511715

- Pilih salah satu sesuai jenis karya tulis

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumbernya.
 Prodi : Ekonomi Syariah

UIN Suska Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Hazwin Al Farid, (2022): Sistem Pelayanan Berbasis Digital Pada *Hasanah Guest House* Pekanbaru Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen Menurut Perspektif Ekonomi Syariah

Covid-19 adalah penyakit menular yang disebabkan oleh jenis coronavirus yang baru ditemukan, orang dapat tertular Covid-19 dari orang lain yang terinfeksi virus ini. Covid-19 dapat menyebar terutama dari orang ke orang melalui percikan-percikan dari hidung atau mulut yang keluar saat orang yang terinfeksi Covid-19 batuk, bersin, atau berbicara. Pandemi Covid-19 saat ini menjadi masalah serius yang dihadapi banyak negara termasuk Indonesia. Pandemi Covid-19 telah banyak mengubah aktivitas sehari-hari masyarakat termasuk para pengusaha dan pebisnis salah satunya pada jasa perhotelan. *Hasanah Guest House* Pekanbaru merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa perhotelan dan salah satu hotel yang terkena dampak pandemi Covid-19. *Hasanah Guest House* Pekanbaru menyiapkan sistem pelayanan berbasis digital dalam meningkatkan jumlah konsumen dimasa pandemi Covid-19.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana sistem pelayanan berbasis digital pada *Hasanah Guest House* Pekanbaru di masa pandemi Covid-19 dalam meningkatkan jumlah konsumen menurut perspektif ekonomi syariah. Jenis penelitian ini adalah kualitatif, yang menjadi informan dalam penelitian berjumlah 4 (empat) orang yakni: 1 orang *general manager*, 1 orang *manager marketing*, 1 orang *receptionist*, dan 1 orang *housekeeping*, metode pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi, dan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian yang diperoleh, dapat diketahui bahwa sistem pelayanan berbasis digital pada *Hasanah Guest House* Pekanbaru di masa pandemi Covid-19 dalam meningkatkan jumlah konsumen dilakukan dengan menggunakan media sosial seperti: instagram, facebook, media cetak brosur, dan juga bekerjasama dengan OTA (*Online Travel Agent*) yaitu: Traveloka, Pegipegi, Tiket.com, dan Agoda dalam meningkatkan jumlah konsumen. Dalam pandangan Ekonomi Syariah, sistem pelayanan berbasis digital pada *Hasanah Guest House* Pekanbaru di masa pandemi Covid-19 dalam meningkatkan jumlah konsumen secara umum sudah sesuai dengan prinsip ekonomi syariah, karena dalam pelayanan digital informasi yang diberikan oleh *Hasanah Guest House* Pekanbaru kepada konsumen benar dan jujur.

Kata Kunci: *Pelayanan Digital, Konsumen, Ekonomi Syariah*



KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Alhamdulillah Rabbil'aalaamiin segala Puji bagi Allah Subhanahu wa ta'ala, Tuhan semesta alam, yang telah memberikan limpahan rahmat, karunia serta kasih sayang yang tiada hentinya kepada kita semua. Shalawat serta salam semoga tetap tercurah pada Nabi Muhammad Shallallahu'alahiwasallam keluarga, sahabat dan para pengikutnya hingga akhir zaman. Alhamdulillah atas segala rahmat dan pertolongan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini berjudul “Sistem Pelayanan Berbasis Digital Pada *Hasanah Guest House* Pekanbaru Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen Menurut Perspektif Ekonomi Syariah” merupakan hasil karya ilmiah, guna memenuhi persyaratan untuk mendapat gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN SUSKA RIAU.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini sampai selesai. Skripsi ini tidak akan tersusun tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, maka penulis mengucapkan terimakasih dan penulis mengucapkan syukur *Alhamdulillah*

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

jazakumullohukhoiroo dan terimakasih yang tulus kepada:

1. Teristimewa buat Kedua Orang Tua, Ayahanda Samsiryani Mustafa dan Ibunda Lestari Indrayani yang telah melahirkan, membesarkan, mendidik, mendorong, memotivasi dan memberikan cinta dan kasih sayangnya hingga hari ini. Hal yang sama penulis ucapkan kepada keempat saudara kandung saya, Mhd. Ikhwan Nulhakim, Wenisa Akhwatria, Mutia Asri Wundari dan Luthfi Zaki Zaidan.
2. Bapak Prof. Dr. Hairunnas Rajab M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu pengetahuan di kampus Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Bapak Dr. Zulkifli, M.Ag, Bapak Dr. H. Erman, M.Ag selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr. H. Mawardi, M.Si selaku Wakil Dekan II, dan Ibu Sofia Hardani, M.Ag selaku wakil Dekan III Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Muhammad Nurwahid, S.Ag., M.Ag selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah dan Bapak Syamsurizal, SE, M.Sc, Ak selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah, serta staf jurusan Ekonomi Syariah yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Ibu Rozi Andrini, ME yang telah membimbing dan memberikan arahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

serta meluangkan waktunya untuk penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

6. Ibu Madonna Khairunnisa, ME.Sy selaku Dosen Penasehat Akademis yang telah membimbing penulis selama menjalani perkuliahan.
7. Bapak/ Ibu dosen yang telah mendidik dan memberikan ilmu-ilmunya kepada penulis, sehingga penulis mendapatkan ilmu yang bermanfaat dan membantu penulis mengerti apa yang belum penulis mengerti.
8. Bapak Erik Hidayat yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian di *Hasanah Guest House* Pekanbaru.
9. Bapak Hariswan dan seluruh karyawan yang telah memberikan izin dan membantu peneliti untuk melakukan penelitian di *Hasanah Guest House* Pekanbaru.
10. Kepala Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah menyediakan buku sebagai referensi penulis.
11. Kepada teman-teman jurusan ekonomi syari'ah kelas a angkatan 2018 yang telah memberikan dukungan dan do'a kepada penulis.
12. Kepada seluruh teman-teman sejurusan ekonomi syar'ah angkatan 2018 yang telah memberikan dukungan dan do'a kepada penulis.

Demikianlah Skripsi ini diselesaikan dengan semampu penulis, semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan, Do'a dan harapan penulis semoga Allah *subhanahu wa ta'ala* membalas budi baik semua pihak dengan kebaikan yang melimpah baik di dunia ini terlebih di

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

akhirat kelak. *Aamiin Ya Rabbal 'Alamiin*. kepada Allah *subhanahu wa ta'ala* penulis menyerahkan diri dan memohon pertolongan.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Pekanbaru, 14 Maret 2022

Penulis,

HAZWIN AL FARID
NIM. 11820511715

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR DIAGRAM	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	7
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Pelayanan	11
1. Pengertian Pelayanan	11
2. Kategori Dalam Pelayanan.....	12
3. Kualitas Pelayanan	14
4. Kualitas Pelayanan <i>Online</i>	14
5. Tujuan Pelayanan	15
6. Pelayanan Digital	15
B. Pelayanan Dalam Ekonomi Syariah.....	20
C. Konsumen	24
1. Pengertian Konsumen	24
2. Perilaku konsumen.....	25



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

D. Penelitian Terdahulu	27
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Metode Penelitian.....	31
1. Jenis Penelitian.....	31
2. Lokasi Penelitian	31
3. Subjek Penelitian	31
4. Objek Penelitian	32
5. Informan.....	32
6. Sumber Data.....	32
7. Metode Pengumpulan Data.....	33
8. Metode Analisis Data.....	34
B. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	35
1. Sejarah berdirinya <i>Hasanah Guest House</i> Pekanbaru	35
2. Visi dan Misi <i>Hasanah Guest House</i> Pekanbaru	36
3. Struktur Organisasi.....	36
4. Deskripsi Tugas-tugas	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
A. Sistem Pelayanan Berbasis Digital <i>Hasanah Guest House</i> Pekanbaru.....	40
B. Tinjauan Ekonomi Syariah Terhadap Sistem Pelayanan Berbasis Digital Pada <i>Hasanah Guest House</i> Pekanbaru Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen.....	58

BAB V PENUTUP	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran.....	71

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

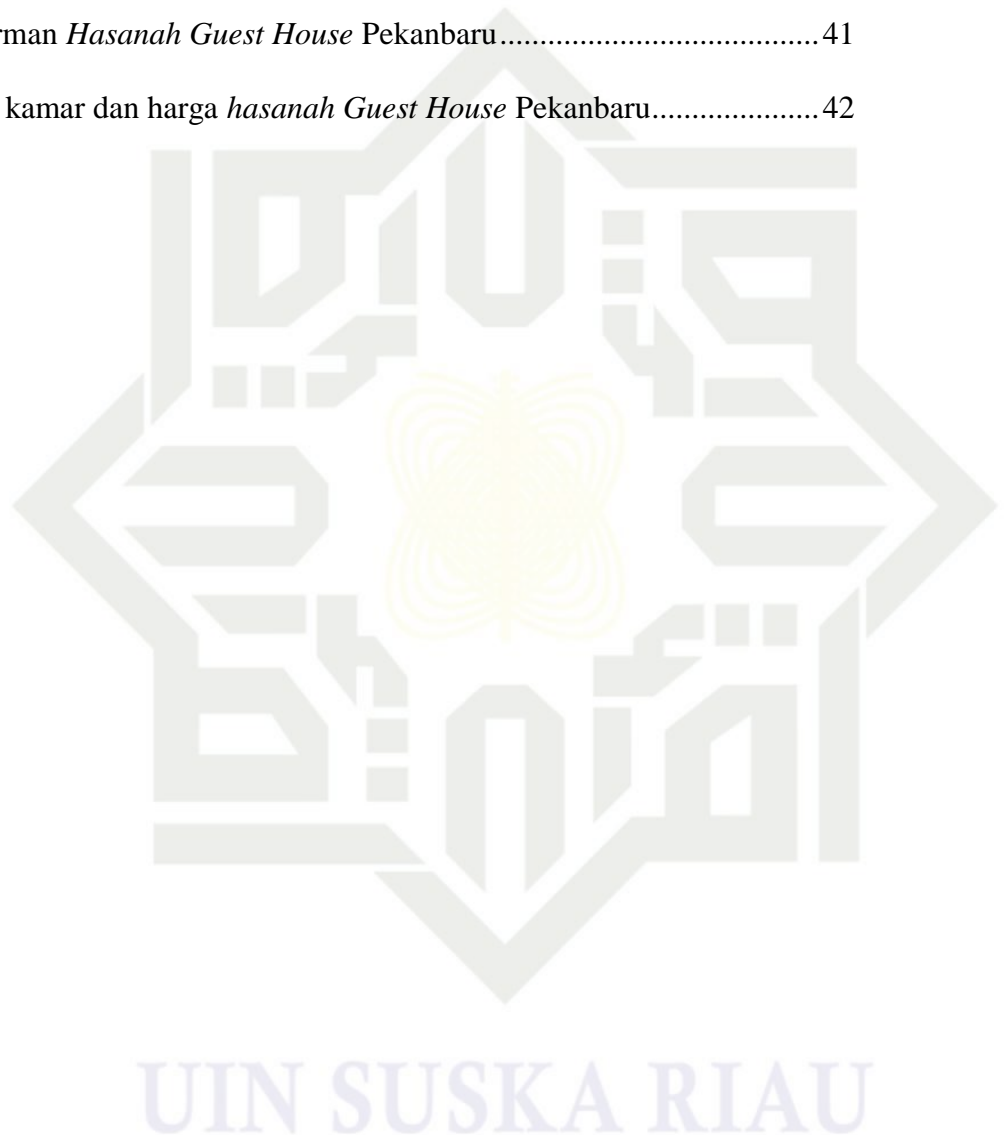
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Kosumen <i>Hasanah Guest House</i> Pekanbaru Tahun 2019 – 2020.....	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 4. 1 Informan <i>Hasanah Guest House</i> Pekanbaru.....	41
Tabel 4. 2 Tipe kamar dan harga <i>hasanah Guest House</i> Pekanbaru.....	42



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Struktur Organisasi *Hasanah Guest House* Pekanbaru..... 37

Gambar 4. 1 Media Sosial Instagram *Hasanah Guest House* Pekanbaru 46

Gambar 4. 2 item postingan instagram *Hasanah Guest House* Pekanbaru..... 47

Gambar 4. 3 Media Sosial Facebook *Hasanah Guest House* Pekanbaru 49

Gambar 4. 4 Website OTA Traveloka *Hasanah Guest House* Pekanbaru 51

Gambar 4. 5 Website OTA Pegipegi *Hasanah Guest House* Pekanbaru..... 52

Gambar 4. 6 Website OTA Tiket.com *Hasanah Guest House* Pekanbaru 53

Gambar 4. 7 Website OTA Agoda *Hasanah Guest House* Pekanbaru 54

Gambar 4. 8 Brosur *Hasanah Guest House* Pekanbaru 56

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 4. 1 Data Jumlah Konsumen <i>Hasanah Guest House</i> Pekanbaru 2019-2020.....	57
---	----



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bekerja dan berusaha untuk mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat merupakan salah satu perintah yang dianjurkan dalam syariat Islam. Berbagai macam bentuk peluang usaha dan sumber daya yang bisa dimanfaatkan oleh manusia secara individu maupun kelompok. Semuanya tergantung kepada pola fikir dan kemauan manusia dalam bekerja dan berusaha demi mencapai kesuksesan.

Manusia dituntut untuk berusaha kreatif dan berinovasi dalam mencapai kesuksesan dengan tidak melupakan prinsip-prinsip dalam agama Islam agar mendapat keberkahan di dunia maupun di akhirat. Firman Allah Subhanahu Wa Ta'ala dalam Al-Qur'an yang mendorong kita agar berfikir untuk berinovasi dan menghadirkan kreativitas yakni Q.S Ar-ra'd (13) : 11 yang berbunyi:

لَهُ مَعْقَبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُمْ مِّنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ

Artinya: "Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka bumi dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak akan merubah keadaan suatu kaum, melainkan mereka sendiri yang merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. Dan apabila Allah mengkehendaki keburukan terhadap suatu kaum maka tak ada yang dapat menolaknya, dan tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia."

Pandemi Covid-19 saat ini menjadi masalah serius, hampir setiap negara dibelahan dunia termasuk Indonesia sedang dilanda wabah Coronavirus (Covid-



19). Coronavirus adalah suatu kelompok virus yang dapat menyebabkan penyakit pada hewan atau manusia. Beberapa jenis coronavirus diketahui menyebabkan infeksi saluran nafas pada manusia mulai dari batuk pilek hingga yang lebih serius seperti *Middle East Respiratory Syndrome* (MERS) dan *Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS). Coronavirus jenis baru yang ditemukan menyebabkan penyakit COVID-19.¹

Covid-19 adalah penyakit menular yang disebabkan oleh jenis coronavirus yang baru ditemukan. Orang dapat tertular Covid-19 dari orang lain yang terinfeksi virus ini. Covid-19 dapat menyebar terutama dari orang ke orang melalui percikan-percikan dari hidung atau mulut yang keluar saat orang yang terinfeksi Covid-19 batuk, bersin, atau berbicara.²

Penyakit Covid-19 saat ini menjadi masalah serius yang dihadapi banyak negara termasuk Indonesia. Organisasi kesehatan dunia (WHO) telah menetapkan Covid-19 sebagai pandemi karena penyebaran virus yang relatif cepat dari satu orang ke orang lain. Upaya yang dilakukan untuk mencegah penyebaran virus ini melalui protokol kesehatan 3M yaitu memakai masker, menjaga jarak, dan mencuci tangan. Kementerian kesehatan republik Indonesia menyatakan perlu ditambahkan 2M lagi sebagai upaya maksimal dalam pencegahan penyebaran virus, yaitu menjauhi kerumunan dan mengurangi mobilitas.³

¹ <https://www.who.int/indonesia/news/novel-coronavirus/qa/qa-for-public>. Diakses pada 7 Juli 2021.

² Siti Nur Aidah, *Bacaan Wajib 72 Pertanyaan Seputar Covid*, (Jogjakarta: Penerbit KBM Indonesia, 2020), h. 13.

³ Putu Asri Raning Ratih, dkk., *Kumpulan Paper Konseptual Strategi Bisnis Dan Kinerja Perusahaan Pada Masa Pandemi Covid-19*, (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2021), h. 2.

Pandemi Covid-19 berdampak negatif pada berbagai bidang kehidupan salah satunya bidang pariwisata yang membuat menurunnya produktivitas pertumbuhan pada bisnis ini.⁴ Sebab krisis akibat pandemi Covid-19 hampir memutus faktor *supplay* dan *demand*. Imbasnya *cash flow* pada suatu bisnis menjadi berkurang setelah faktor penjualan dan permintaan alami penurunan drastis.⁵

Pemerintah baru-baru ini menetapkan tentang aturan *new normal* atau adaptasi kebiasaan baru untuk kembali beraktivitas seperti sebelumnya dengan aturan baru. Namun banyak perusahaan lebih memilih untuk tetap melaksanakan WFH dikarenakan itu dianggap lebih aman dan nyaman agar terhindar dari Covid-19. Kebijakan WFH ini menimbulkan konsekuensi perusahaan untuk menyiapkan sarana teknologi. Teknologi yang memberikan layanan kepada masyarakat untuk mempermudah dalam bekerja. Contoh *platform* aplikasi tatap muka secara virtual seperti *zoom meeting*, *skype*, *facetime*, dan sebagainya. Yang bisa digunakan sehari-hari untuk memudahkan dalam *meeting* dan berkomunikasi, serta berdiskusi terkait progress oprasionalisasi perusahaan.⁶

Berlakunya era *new normal* yaitu suatu aktivitas yang bisa dilakukan kembali di luar rumah dengan tetap mematuhi protokol kesehatan, dan kini para pelaku bisnis dituntut untuk dapat beradaptasi dengan aktivitas baru di keseharian dengan menerapkan protokol kesehatan yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Teknologi internet yang semakin tumbuh dan semakin banyak

⁴ *Ibid.*, h. 3

⁵ Hadion Wijoyo, dkk., *Berdamai Dengan Covid-19*, (Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri, 2020), h. 52.

⁶ Nurhidayati, dkk., *Manajemen Bisnis DI Era Pandemi Covid-19 & New Normal*, (Semarang: Unissula Press, 2020), h. 16.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Saifuddin Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

digunakan turut merubah proses bisnis yang semula konvensional (*offline*) menjadi digital (*online*). *E-business*, *e-marketing*, dan *e-commerce* merupakan pengaplikasian teknologi internet dalam kegiatan bisnis di era sekarang ini. Pemasaran digital atau sering dikenal dengan istilah *digital marketing* atau *e-marketing* hanyalah salah satu bagian dari aktifitas organisasi *e-business*. *E-marketing* adalah penggunaan teknologi informasi untuk kegiatan pemasaran yakni dengan melalui proses penciptaan, pengkomunikasian, penyampaian dan penawaran nilai kepada konsumen, klien, rekan dan masyarakat luas.⁷

Dunia digital sudah sulit dipisahkan dari kehidupan manusia. Di masa sekarang, hampir semua memanfaatkan keunggulan digital, termasuk di dunia pariwisata yang juga telah tersentuh digitalisasi, mulai dari memantau jadwal keberangkatan, mencari atraksi yang ada di lokasi wisata tujuan, memesan hotel, dan transportasi.⁸

Pesatnya pertumbuhan penggunaan internet dan penggunaan *smartphone* saat ini berdampak pada lahirnya revolusi industri pariwisata berbasis teknologi digital. Penggunaan teknologi digital di bidang pariwisata meningkatkan efektifitas layanan hingga empat kali lebih efektif. Orang yang akan berwisata sudah jarang yang datang ke kantor biro wisata meminta brosur, layanan paket wisata dan sejenis. Untuk hal ini mereka bisa melakukannya sendiri lewat pencarian (*searching*) di internet menggunakan *smartphone*-nya.⁹

⁷ Judy Stauss dan Raymond Frost, *E-marketing Senenth Edition*, (New Jersey: Pearson Education, 2004), h. 17.

⁸ Edi Witjara, *Digital Business Valuation*, (Jakarta: Rayyana, 2019), h. 1.

⁹ *Ibid.*, h. 2

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Perkembangan teknologi informasi membawa dampak yang sangat besar bagi segala aspek kehidupan manusia, tak terkecuali dunia bisnis dan pemasaran. Saat ini internet menjadi infrastruktur penghubung bagi banyak kalangan, diantaranya pemerintah swasta, pelaku bisnis dan individu. Di lain pihak, dengan kemajuan teknologi informasi membuat para pelaku usaha memiliki peluang lebih besar dalam memasarkan produknya.¹⁰

Salah satu bisnis yang menerapkan sistem pelayanan berbasis digital di Pekanbaru yang bergerak di bidang perhotelan adalah *Hasanah Guest House* Pekanbaru yang beralamat di Jl. Paus No. 11-A, kecamatan Marpoyan Damai, kota Pekanbaru. *Hasanah Guest House* Pekanbaru sendiri telah beroperasi pada tahun 2014. *Hasanah Guest House* Pekanbaru memiliki kapasitas 19 kamar. *Hasanah Guest House* menawarkan beberapa tipe kamar yang berbeda seperti: Standar room, Superior room, Deluxe room, family room, VIP room, kost, fasilitas lain yang ditawarkan antara lain *room service*, properti bebas rokok, kolam renang, AC didalam kamar, Televisi dan tempat parkir yang kesemuanya bisa diakses melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, WhatsApp dan OTA (*Online Travel Agent*) Traveloka, Booking.com, agoda, dan pegi pegi, Serta media cetak brosur.¹¹

Mengingat adanya pandemi Covid-19, pihak *Hasanah Guest House* Pekanbaru melakukan kebijakan dengan menerapkan protokol kesehatan seperti penyediaan *hendsanitizer*, menggunakan masker, mencuci tangan, melakukan

¹⁰ Eko Nur Syahputro, *Melejitkan Pemasaran UMKM Melalui Media Sosial*, (Gresik: Caremedia Communication, 2020), h. 2.

¹¹ Hariswan, Manajer Marketing *Hasanah Guest House* Pekanbaru, Wawancara, Pekanbaru, 29 juni 2021.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

pengecekan suhu tubuh, dan menjaga jarak, serta melakukan pembersihan penyemprotan desinfektan agar dapat menciptakan kondisi yang memprioritaskan kesehatan sehingga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen ketika berkunjung serta memberikan pelayanan yang nyaman dan baik untuk konsumen.

Pihak *Hasanah Guest House* Pekanbaru telah menerapkan dan merancang sistem pelayanan berbasis digital guna meningkatkan jumlah konsumen, berdasarkan wawancara pada pihak *Hasanah Guest House* Pekanbaru, didapat data awal sistem pelayanan berbasis digital pada *Hasanah Guest House* Pekanbaru di masa pandemi Covid-19 dalam meningkatkan jumlah konsumen yaitu melakukan kegiatan promosi melalui media seperti brosur, serta melalui media sosial seperti instagran, facebook, dan bekerjasama dengan OTA (*Online Travel Agent*) seperti traveloka, Booking.com, agoda, dan pegi pegi, dengan memberikan informasi berupa keterangan gambar yang dilengkapi fasilitas, layanan dan tempat yang baik.

Berikut adalah jumlah konsumen pada *Hasanah Guest House* Pekanbaru tahun 2019 - 2020:

Tabel 1. 1

Jumlah Kosumen *Hasanah Guest House* Pekanbaru
Tahun 2019 – 2020

NO	Tahun	Jumlah Konsumen
1	2019	754 Orang
2	2020	1398 Orang

Sumber: *Hasanah Guest House* Pekanbaru

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Berdasarkan tabel 1.1 dapat diketahui jumlah konsumen pada *Hasanah Guest House* Pekanbaru di tahun 2020 menunjukkan adanya kenaikan jumlah konsumen sebanyak 1398 orang dari tahun 2019 sebanyak 754 orang, Dari latar belakang dan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian lebih lanjut bagaimana sistem pelayanan berbasis digital yang diterapkan oleh *Hasanah Guest House* Pekanbaru dalam menarik minat konsumen di masa pandemi Covid-19 dengan judul **“SISTEM PELAYANAN BERBASIS DIGITAL PADA HASANAH GUEST HOUSE PEKANBARU DI MASA PANDEMI COVID-19 DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH”**

B. Batasan Masalah

Karena begitu luasnya permasalahan dan keterbatasan waktu untuk mendapatkan hasil dan kepuasan yang mendalam, maka penulis menetapkan batasan permasalahan yang diteliti yaitu mengenai sistem pelayanan berbasis digital yang dilakukan pada *Hasanah Guest House* Pekanbaru di masa pandemi Covid-19 dalam meningkatkan jumlah konsumen menurut perspektif ekonomi syariah. Penelitian ini berlokasi di Jalan Paus No. 11-A, kecamatan Marpoyan Damai, kota Pekanbaru.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Bagaimana sistem pelayanan berbasis digital pada *Hasanah Guest House* Pekanbaru di masa pandemi Covid-19 dalam meningkatkan jumlah konsumen?
2. Bagaimana tinjauan ekonomi syariah terhadap sistem pelayanan berbasis digital pada *Hasanah Guest House* Pekanbaru di masa pandemi covid-19 dalam meningkatkan jumlah konsumen?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Adapun tujuan penelitian adalah yaitu:
 - a) Mengetahui sistem pelayanan berbasis digital pada *Hasanah Guest House* Pekanbaru di masa pandemi Covid-19 dalam meningkatkan jumlah konsumen.
 - b) Mengetahui tinjauan tentang ekonomi syariah terhadap sistem pelayanan berbasis digital pada *Hasanah Guest House* Pekanbaru di masa pandemi Covid-19 dalam meningkatkan jumlah konsumen.
2. Manfaat Penelitian
 - a) Bagi Intansi

Penelitian diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan bagi pihak manajemen hotel serta mengevaluasi kegiatan-kegiatan hotel pada *Hasanah Guest House* Pekanbaru dalam melakukan kegiatan promosi untuk meningkatkan jumlah konsumen.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b) Bagi Penulis

Menambah wawasan pengetahuan khususnya tentang sistem pelayanan berbasis digital dalam meningkatkan jumlah konsumen pada *Hasanah Guest House* Pekanbaru.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penulisan dan sistematis proposal ini, maka penulis membuat sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terbagi menjadi sub-sub bagian yang terdiri dari Latar Belakang Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisikan tentang landasan teori yang terdiri dari beberapa sub bagian yaitu: Tinjauan Pelayanan, Kategori Pelayanan, Kualitas pelayanan, Kualitas Pelayanan *online*, Pelayanan Digital, Pelayanan menurut Perspektif Ekonomi Islam, Konsumen, Perilaku Konsumen, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen *online*, dan Penelitian Terdahulu.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan Jenis Penelitian, Lokasi Penelitian, Subjek dan Objek Penelitian, Informan Penelitian, Sumber Data, Metode Pengumpulan Data, Metode Penulisan, Metode Analisis Data, Gambaran Umum Lokasi Penelitian, Visi dan Misi dan Struktur Organisasi.



BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas hasil dari penelitian yang terdiri dari Sistem Pelayanan Berbasis Digital Pada *Hasanah Guest House* Pekanbaru Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Meningkatkan Jumlah konsumen dan Tinjauan Ekonomi Syariah Terhadap Sistem Pelayanan Berbasis Digital Pada *Hasanah Guest House* Pekanbaru Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen.

BAB V PENUTUP

Bab ini adalah bab terakhir yang berisikan Kesimpulan dan Saran.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pelayanan

1. Pengertian Pelayanan

Secara sederhana, istilah *service* bisa diartikan sebagai melakukan sesuatu bagi orang lain. Ada tiga kata yang dapat mengacu pada istilah tersebut, yakni jasa, layanan dan servis. Sebagai jasa, *service* umumnya mencerminkan produk tidak berwujud fisik atau sektor pariwisata, seperti jasa perhotelan. Sebagai layanan, istilah *service* menyiratkan segala sesuatu yang dilakukan pihak tertentu (individu maupun kelompok) kepada pihak lain (individu maupun kelompok).¹²

Menurut R.A Supriyono pelayanan adalah kegiatan yang diselenggarakan organisasi menyangkut kebutuhan pihak konsumen yang berkepentingan sehingga dilayani dengan keinginan konsumen dan akan menimbulkan kesan tersendiri. Dengan adanya pelayanan yang baik maka konsumen akan merasa puas. Dengan demikian pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam upaya menarik konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Sedang definisi yang lain menyatakan pelayanan atau *service* adalah setiap kegiatan atau manfaat yang diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak

¹² Fandy Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2012), h. 3.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik.¹³

Pelayanan merupakan suatu tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menyebabkan kepemilikan sesuatu.¹⁴ Pelayanan dapat juga diartikan setiap tindakan membantu, menolong, memudahkan, menyenangkan dan manfaat bagi orang lain. Pelayanan hotel adalah rangkain kegiatan sikap dan perilaku karyawan hotel secara langsung maupun tidak langsung. Dari pengertian diatas dapat di simpulkan sebagai berikut:

- a. Adanya rangkaian kegiatan pelayanan berupa sikap dan perilaku karyawan hotel
- b. Adanya komunikasi yang baik antara pihak hotel dengan tamu hotel
- c. Kegiatan yang bertujuan untuk membantu, meolong dan menyenangkan konsumen atau memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.¹⁵

2. Kategori Dalam Pelayanan

Adapun kategori pada pelayanan terbagi menjadi 5 bagian yaitu sebagai berikut:

¹³ Daryanto & Ismanto Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan*, (Yogyakarta : Gava Media, 2014), h. 135.

¹⁴ Andriasan Sudarso, *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2016), h. 55.

¹⁵ Yeni Myhtiyatul Khasanah, *Etika Bisnis Penginapan*, (Yogyakarta: CV Bumi Maheswari, 2020), h. 12-13.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. *Pure Tangible Good* (Produk fisik Murni)

Penawaran semata-mata hanya terdiri atas produk fisik, tanpa ada pelayanan atau pelayanan yang melengkapinya, seperti fasilitas kamar mandi yang disediakan seperti sikat gigi, handuk, sabun mandi dan sebagainya.

- b. *Tangible good with accompanying services* (Produk Fisik dengan Pelayanan Pendukung)

Produk fisik yang disertai dengan satu atau beberapa pelayanan pelengkap untuk meningkatkan daya tarik produk bagi konsumen, seperti jaminan atau garansi.

- c. *Hybrid* (jasa campuran)

Penawaran sama besarnya antara barang dan pelayanannya, makanan yang ditawarkan di restoran.

- d. *Major service with accompanying minor goods and service* (Pelayanan yang utama dilengkapi dengan barang dan pelayanan yang minor)

Penawaran terdiri atas suatu pelayanan pokok bersama-sama dengan pelayanan tambahan (pelengkap) atau barang-barang pendukung, seperti sarapan pagi.

- e. *Pure Service* (Pelayanan murni)

Penawaran hampir seluruhnya pelayanan, seperti konsultasi.¹⁶

¹⁶ *Ibid.*, h. 55-56



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Kualitas Pelayanan

Definisi kualitas pelayanan juga berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Menurut Wyckof, kualitas layanan diartikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkatan keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.¹⁷

4. Kualitas Pelayanan *Online*

Dewasa ini internet sendiri telah membawa media ke khalayak global. Sifat *interaktif internet marketing* dalam memberikan respon cepat dan memunculkan tanggapan adalah kualitas yang unik dari media. Komunikasi dua arah dengan biaya terjangkau dan cakupan lingkungan penjualannya yang sangat luas.¹⁸

Seiring dengan perkembangan penggunaan internet dalam pemasaran, maka pelayanan (*Service*) yang dilakukan suatu perusahaan kepada konsumennya dapat dilakukan secara *online* melalui media internet atau disebut dengan kualitas pelayanan *online (online service quality) e-service quality, automated service quality dan web service quality*.

Efisiensi adalah kemampuan pelanggan untuk menemukan situs, mendapatkan produk dan jasa yang dibutuhkannya serta informasi yang terkait dengan produk serta kemampuan untuk menggunakannya. Pemenuhan adalah akurasi dalam pelayanan yang dijanjikan, tersedianya stok produk yang

¹⁷ Bilson Simamora, *Memenangkan pasar dengan pemasaran efektif dan profitable*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003), h. 180.

¹⁸ Edy Yulianto, *Bisnis Online dan E-commerce*, (Malang: PT Cita Intrans Selaras, 2020), h. 26.

dijanjikan. Ketersediaan sistem adalah fungsi teknis dari situs, ketersediaan sistem untuk digunakan dan fungsional situs yang berjalan dengan baik.¹⁹

5. Tujuan Pelayanan

Adapun tujuan dari pelayanan yang dilakukan oleh suatu perusahaan yaitu sebagai berikut:

- a. Memberikan rasa puas dan kepercayaan kepada konsumennya.
- b. Menjaga agar konsumen merasa di perhatikan dan dipentingkan segala kebutuhan atau keinginannya.
- c. Upaya mempertahankan konsumen agar tetap loyal untuk menggunakan produk barang atau jasa yang ditawarkan tersebut.²⁰

6. Pelayanan Digital

Teknologi internet sudah tidak asing lagi bagi beberapa pengusaha dan pelaku bisnis. Saat ini para pengusaha sudah banyak yang memanfaatkan media internet sebagai sarana penginformasian produk yang dijual, hal tersebut dilakukan semata-mata agar produknya dapat dikenal di semua kalangan masyarakat, mengingat dunia maya tidak mengenal batasan ruang dan waktu. Hal ini membuktikan teknologi internet sangatlah berperan penting bagi kemajuan dan perkembangan dunia bisnis dan persaingan.²¹

Menurut Kotler dan Amstrong (2004), internet adalah jaringan global dari jaringan-jaringan komputer yang luas dan berkembang tanpa ada manajemen atau kepemilikan terpusat. Sifat interaktif *internet marketing* dalam hal

¹⁹ *Ibid.*, h. 18-19

²⁰ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), h. 288.

²¹ Makmur Kambolong, dkk., *Metode riset dan Analisis Saluran Distribusi*, (Pasuruan: Qiana Media, 2021), h. 2.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memberikan respon cepat dan memunculkan tanggapan adalah kualitas yang unik dari media.²² Media berbasis internet yang paling sering digunakan oleh masyarakat luas untuk mengakses informasi dan layanan bersifat *public* seperti *facebook* dan *instagram* hal ini dimanfaatkan para pengusaha dan pebisnis untuk mengembangkan usahanya menggunakan dalam menawarkan jasanya kepada konsumen.

Menurut Mohammed, Fisher, Jaworski dan Paddison (2003), *internet marketing* adalah proses dalam membangun dan memelihara hubungan dengan konsumen melalui aktifitas-aktifias *online* untuk memfasilitasi pertukaran ide-ide, produk-produk dan pelayanan yang memberikan kepuasan bagi tujuan kedua belah pihak.²³

Disisi lain perkembangan teknologi juga turut merubah pola pikir dan keinginan tamu dalam memesan kamar hotel. Fenomena ini harus disikapi dengan positif dan Mengelolanya dengan baik oleh hotel. *Online travel agent* adalah salah satu produk kemajuan jaman yang sedang *booming* saat ini, serta merubah peta pemesanan kamar yang dahulunya *direct* atau *go show* beralih menggunakan *online travel agent*. Jelas ini mengakibatkan tamu yang dahulunya langsung memesan maupun menggunakan *telephone* melalui reservasi, marketing maupun *front office* beralih menggunakan *online travel*

²² Edy Yulianto, *Bisnis Online dan E-Commerce*, (Malang: PT. Cita Intrans Selaras, 2020), h. 16.

²³ *Ibid.*, h. 17



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

agent. Beberapa contoh *online travel agent* yang ada di Indonesia yaitu Agoda, Pegipegi, Traveloka, Tiket.com.²⁴

Online travel agent adalah agen perjalanan yang berperan sebagai media promosi dan penjualan secara *online* melalui *website*. *Website online travel agent* adalah *website* yang dikelola oleh OTA yang mendistribusikan dan memfasilitasi pemesanan ke pihak penyedia usaha pariwisata. Menurut Janal (2005) dalam Diah Pradiatiningtyas (2015) terdapat enam manfaat penggunaan *online travel agent* bagi konsumen dan perusahaan antara lain:

- a. *Convenience* yaitu keadaan dimana proses pengambilan keputusan untuk mencari, membandingkan sampai akhirnya membeli produk dapat dilakukan dengan nyaman, konsumen dapat melakukansemuanya di dalam tempat yang terbatas, bisa dikantoer, rumah, perjalanan, dengan menggunakan komputer atau pun *smartphone* selama terhubung dengan internet, sehingga dalam melakukan transaksi dapat memanfaatkan waktu dengan sebaikbaiknya.
- b. *Information*, keadaan dimana konsumen akan mendapatkan banyak informasi termasuk produk dan harga yang dijual dengan jelas dalam waktu yang singkat pada saat akan melakukan transaksi.
- c. *Respond to market*, keadaan dimana konsumen akan mendapatkan segala sesuatunya dengan mudah dan terkontrol atau mudah dikendalikan serta akan mendapatkan jawaban yang cepat.

²⁴ Lutfi Hendriyati, Pengaruh Online Travel Agent Terhadap Pemesanan Kamar Di Hotel Mujiara Malioboro Yogyakarta, *Jurnal Media Wisata*, Vol 17, No 1, Mei 2019, h. 2.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- d. *Condition*, dimana keadaan yang didapat oleh konsumen secara riil atau sesuai dengan apa yang diinginkan, karena segala sesuatunya sudah dikelola dengan baik oleh pihak hotel sebagai pihak yang menyediakan atau memiliki properti yang akan dijual, perusahaan akan memberikan informasi sejelas-jelasnya serta sesuai dengan apa adanya.
- e. *Reduce printing & postage cost*, dimana keadaan penghematan biaya untuk promosi melalui media cetak, selebaran dan lainnya yang berbentuk fisik, karena semua sudah di cover di dalam *website online travel agent*, segala informasi mengenai promosi, jenis kamar, luas kamar, alamat, harga dan lainnya dikelola oleh hotel langsung kedalam *extranet* yang nantinya akan keluar atau *live* di *website online travel agent*, sehingga tidak memerlukan biaya cetak dan biaya distribusi atau iklan di media konvensional.
- f. *Reduce labor cost*, yaitu keadaan dimana biaya untuk membayar pegawai dapat dikurangi atau ditekan, hal ini terjadi karena perusahaan akan memperkejakan lebih sedikit karyawan pemasaran tetapi jangkauan yang lebih luas.²⁵

Adapun beberapa kemudahan dalam pelayanan digital yakni sebagai

berikut:

- a. Mudah terjangkau dan efektif serta efisien untuk mendapatkan *feedback* langsung melalui proses interaksi
- b. Dapat mengirimkan pesan melalui *email* dan berkaitan langsung dengan iklan untuk mempublikasikannya.

²⁵ *Ibid.*, h. 3-4



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Memiliki jangkauan luas yang mana memudahkan konsumen untuk menggali informasi yang dibutuhkan tentang produk yang ditawarkan sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk tersebut.²⁶
- d. Lebih interaktif, konsumen lebih dimanjakan dengan waktu bertransaksi karena mereka dapat menentukan waktu untuk mulai melakukan interaksi (login ke internet) dan jangka waktu koneksinya.
- e. Dampak pemasaran lebih kuat, dikarenakan dalam media digital (internet) dapat memperluas jangkauan pasar dan lebih mudah digunakan oleh para pelaku usaha.
- f. Konsumen tidak terbatas, karena setiap orang yang dapat terkoneksi dengan dunia internet dapat mengunjungi website sebuah produsen barang/jasa.
- g. Tidak terbatas oleh waktu, sajian informasi secara *online* tersedia dan dapat diakses terus menerus selama 24 jam sehari.
- h. Memudahkan pendekatan aktif kepada konsumen, dengan kemudahan ini produsen dapat mendekati konsumen yang akan memutuskan untuk menggunakan produk layanan dan jasa yang ditawarkan.
- i. Menciptakan komunikasi multi arah, konsumen dapat saling bertukar informasi dan berdiskusi produsen-konsumen atau konsumen-konsumen dan mereka akan dengan bebas untuk menyampaikan pendapatnya mengenai suatu produk layanan ataupun jasa.

²⁶ Abdul Rauf, dkk., *Digital Marketing Konsep dan Strategi*, (Cirebon: Insania, 2021), h. 18-19.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- j. Lebih banyak informasi atau data dengan kemungkinan pembaharuan informasi atau data dengan baik.
- k. Lebih mudah untuk diukur, karena menggunakan teknologi digital.
- l. Adaptif, dalam pelayanan digital sangat mudah beradaptasi terhadap perubahan konten sebuah website, baik itu perubahan dari informasi internal maupun informasi dan masukan dari konsumen.
- m. Lebih personal, dengan pelayanan secara digital produsen dimungkinkan untuk membuat sebuah penawaran program yang bisa disesuaikan dengan profil atau perilaku ataupun kesukaan dari konsumen.
- n. Pelayanan secara digital lebih efisien.²⁷

Dengan Adanya *online travel agent*, Konsumen memiliki pilihan hotel yang sangat banyak disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan. Konsumen bisa langsung memesan kamar hotel melalui *online travel agent* dalam memenuhi kebutuhannya dengan mudah. Selain OTA (*online travel agent*) dalam menawarkan produk dan jasa kepada konsumen perusahaan jasa hotel juga menggunakan media sosial seperti *instagram* dan *facebook* yang memberikan informasi mengenai fasilitas, layanan dan jasa yang ditawarkan kepada konsumen.

B. Pelayanan Dalam Ekonomi Syariah

Dalam ajaran agama Islam melakukan suatu pekerjaan atau usaha haruslah berlandaskan dengan iman serta taqwa sehingga pekerjaan itupun mendapatkan

²⁷ Mariana Simanjuntak, dkk., *Pemasaran Digital Pariwisata Indonesia*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), h. 46-47.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

sebuah hasil yang baik dan mendapatkan keberkahan disisi Allah Ta'ala. Sikap melayani tergambar dari sikap sopan, penuh kesantunan, dan juga rendah hati, sopan dan bersahabat saat berhubungan dengan konsumen. Al-Qur'an memerintahkan secara jelas agar kaum muslim bersifat lembut dan sopan santun dalam melayani pelanggan, QS. Al-Baqarah (2): 83²⁸ yang berbunyi:

وَإِذْ أَخَذْنَا مِيثَاقَ بَنِي إِسْرَائِيلَ لَا تَعْبُدُونَ إِلَّا اللَّهَ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ ثُمَّ تَوَلَّيْتُمْ إِلَّا قَلِيلًا مِّنْكُمْ وَأَنتُمْ مُّعْرِضُونَ ۗ

Artinya: “Dan (ingatlah) ketika Kami mengambil janji dari Bani Israil, “Janganlah kamu menyembah selain Allah, dan berbuat-baiklah kepada kedua orang tua, kerabat, anak-anak yatim, dan orang-orang miskin. Dan bertuturkatalah yang baik kepada manusia, laksanakanlah salat dan tunaikanlah zakat.” Tetapi kemudian kamu berpaling (mengingkari), kecuali sebagian kecil dari kamu, dan kamu (masih menjadi) pembangkang.”

Adapun konsep pelayanan dalam Islam adalah sebagai berikut:

a. Prinsip Tolong Menolong (*Ta'awun*)

Memberikan pelayanan terbaik terhadap sesama umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang melakukannya.

b. Prinsip Memberi Kemudahan (*At-Taysir*)

Menyadari tabiat manusia yang tidak menyukai beban yang membatasi kemerdekaannya, maka Allah Subhanahu wa ta'ala

²⁸ Inggang Perwangsa Nurlam, *Etika Pemasaran dan Kepuasan Konsumen Dalam Pemasaran Perbankan Syariah*, (Malang: UB Press, 2017), h. 38.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menurunkan syari'at Islam untuk memelihara dan mengusahakan agar ketentuan yang dibebankan pada manusia dapat dengan mudah dilaksanakan serta dapat menghilangkan kesulitan dan kesempitan adalah menghilangkan hal-hal yang menyulitkan (*masyaqah*) masyarakat yang berlebih-lebihan, dan dapat menghabiskan daya manusia dalam melaksanakannya.²⁹

c. Prinsip Persamaan (*Musawah*)

Manusia semuanya adalah sama, dari asal kejadian yang sama yaitu dari tanah dan dari diri yang satu yakni Adam yang diciptakan dari tanah. Karena itu tidak ada kelebihan individu satu dengan yang lainnya, karena asal-usul semua manusia adalah sama.

d. Prinsip Saling Mencintai (*Muhabbah*)

Rasa saling mencintai yaitu mencintai saudara sendiri seperti mencintai diri sendiri, dimana seorang karyawan memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan memperlakukan pelanggan itu dengan baik seperti memperlakukan dirinya sendiri.

e. Prinsip Lemah Lembut (*Al-Layin*)f. Prinsip Kekeluargaan (*ukhuwah*)

Pelayanan adalah suatu keharusan yang pengoperasiannya sesuai dengan prinsip syari'ah. Agar suatu pelayanan yang di suatu jasa perhotelan harus lebih terarah maka semua pihak harus mempunyai pedoman dan prinsip-prinsip yang dituangkan dalam ajaran Islam dimana dalam ajaran agama Islam

²⁹ Husnul Khatimah, *Penerapan Syariah Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), h.

menekankan keabsahan suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen yang merasakan kepuasan secara maksimum.

Adapun budaya kerja dalam islam yang mengacu kepada sifat-sifat nabi adalah kesuksesan Nabi Muhammad Shallallahu'alahiwasallam berbisnis dilandasi oleh :

1. Shiddiq

Berarti memiliki kejujuran, dan selalu melandasi ucapan, keyakinan dan perbuatan berdasarkan ajaran Islam. Dalam dunia kerja dan usaha, kejujuran ditampilkan dengan kesungguhan dan ketepatan, janji, dan pelayanan.

2. Istiqamah

Berarti konsisten dalam iman dan nilai-nilai yang baik meskipun menghadapi berbagai godaan dan tantangan. Istiqamah dalam kebaikan ditampilkan dalam keteguhan, kesabaran serta keuletan sehingga menghasilkan sesuatu yang optimal.

3. Fathanah

Berarti mengerti, memahami, dan menaati secara mendalam segala hal yang menjadi tugas dan kewajiban.

4. Tabligh

Yaitu mampu berkomunikasi dengan baik, mengajak sekaligus memberikan contoh kepada pihak lain untuk melaksanakan ketentuanketentuan ajaran Islam. Tabligh yang disampaikan dengan hikmah, sabar, *argumentative*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syaif Kasim Riau

dan *persuasive* akan membutuhkan hubungan kemanusiaan yang semakin solid dan kuat.

5. Amanah (tanggung jawab)

Amanah berarti memiliki rasa tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. Amanah ditampilkan dalam keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal, dan ihsan (berbuat yang baik) dalam segala hal.³⁰

C. Konsumen

1. Pengertian Konsumen

Menurut Philip Kotler (2000), konsumen merupakan semua individu dan rumah tangga yang membeli dan memperoleh barang atau jasa untuk dikonsumsi pribadi. Konsumen didefinisikan sebagai “setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk yang lain dan tidak untuk diperdagangkan”.³¹

Pendapat lain merumuskan, bahwa konsumen adalah setiap individu atau kelompok yang menjadi pembeli atau pemakai akhir dari kepemilikan khusus, produk, atau pelayanan dan kegiatan, tanpa memperhatikan apabila ia berasal dari pedagang, pemasok, produsen pribadi atau publik, atau apakah ia berbuat sendiri ataukah secara kolektif.³² Konsumen dapat mengkonsumsi aktivitas yang digerakkan oleh konsumen yaitu frekuensi pengiriman, penjualan dan dukungan promosi.

³⁰ Didin Hafihuddin Dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syari'ah Dalam Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2003), Cet.ke-1, h. 71.

³¹ Rosmawati, *Pokok-pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, (Depok: Prenada Media Group, 2018), h. 2.

³² *Ibid.*, h. 4

2. Perilaku konsumen

Terbentuknya pembelian merupakan tujuan utama dari pemasaran, pembelian dapat terjadi dari rangkaian proses perilaku konsumen, dan konsumen memiliki berbagai pandangan, persepsi dan referensi yang berbeda terhadap suatu produk dan perilaku konsumen inilah yang mempengaruhi terjadinya keputusan pembelian.

Perilaku konsumen merupakan proses yang rumit dan kompleks yang melibatkan kegiatan ketika mencari, memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi produk dan jasa dengan tujuan memuaskan kebutuhan, hasrat dan keinginan.³³ Perilaku konsumen adalah hal yang mendasari seorang konsumen untuk membuat sebuah keputusan untuk melakukan pembelian suatu produk. Semakin tinggi tingkat kepuasan yang mampu diberikan sebuah barang kepada konsumen, maka semakin tinggi pula tingkat permintaan konsumen terhadap barang tersebut, begitu juga sebaliknya.³⁴

a. Proses pembentukan perilaku konsumen

1) Pengenalan masalah

Ketika konsumen melakukan pembelian berdasar pada kebutuhan atau keperluan pada masa kini atau masa datang, kebutuhan atau keperluan tersebut akan berhadapan pada masalah dan kepentingan yang dihadapi, untuk itu pengenalan masalah terlebih dahulu akan menjadi landasan bagi konsumen untuk mengetahui produk mana yang harus dibeli.

³³ Purboyo, dkk., *Perilaku Konsumen*, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2021), h. 1.

³⁴ Yossie Rossanty, *Costumer Behaviour In Era Millenial*, (Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli, 2018), h. 4.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2) Pencarian informasi

Ketika mencaai sumber, referensi ataupun informasi, konsumen dapat melakukannya dari diri sendiri (internal) ataupun dari orang lain (eksternal) melalui masukan, berbagi pengalaman, dan sebagainya.

3) Mengevaluasi alternative

Keputusan atas seluruh informasi dan referensi yang diperoleh agar pembelian terhadap produk diharapkan produk yang didapat sesuai dengan apa yang diharapkan.

4) Keputusan pembelian

Proses setelah melakukan evaluasi pada alternatif-alternatif keputusan yang ada maka konsumen akan melalui proses yang disebut dengan keputusan pembelian.

5) Evaluasi pasca pembelian

Evaluasi mencakup pertanyaan mendasar seperti apakah produk tersebut sudah sesuai yang diharapkan, dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan dan tidak mengecewakan. Evaluasi ini akan menimbulkan sikap puas dan ketidakpuasan oleh konsumen.³⁵

6. Faktor faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen *online*

Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen *online* diantaranya ialah masalah harga, kepercayaan, dan kecocokan.

- a. Harga dijadikan sebagai pembanding dalam mencari produk/ jasa yang dibutuhkan. Melalui membandingkan harga secara *online*, maka

³⁵ *Ibid.*, h. 3-4

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

konsumen memperoleh kemudahan dalam memilih produk yang sesuai dengan harapan dan kemampuan membelinya.

- b. Kepercayaan konsumen terkait dengan jaminan keamanan saat melakukan transaksi secara *online* sehingga membuat konsumen merasa nyaman dalam melakukan transaksi.
- c. Kenyamanan bertransaksi secara *online* dipandang penting oleh konsumen karena konsumen merasa lebih mudah dan cepat dalam melakukan transaksi pembelian suatu produk dibandingkan dengan melakukan transaksi secara tatap muka.³⁶

D. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan penelitian terdahulu sebagai tolak ukur dan acuan dalam menyelesaikan penelitian ini, penelitian terdahulu memudahkan penulis dalam menentukan langkah-langkah yang sistematis untuk penyusunan penelitian dari segi teori maupun konsep.

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Identitas Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan dan Persamaan dengan Penelitian Penulis
1.	a) Nama Peneliti: Syahrul Ramadhan	Dari hasil penelitian dapat disimpulkan	a) Perbedaan: Penelitian ini menggunakan teknik

³⁶ Dewi Indriani Jusuf, *Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online*, (Yogyakarta: ANDI, 2018), h. 68-69.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b) Judul Penelitian: <i>Promosi Siwah Hotel Dalam Meningkatkan Pengunjung Di Banda Aceh</i>	bahwa jasa hotel pada priode tahun 2017 dan 2018 penjualan jasa kamar oleh siwah hotel mengalami peningkatan. ³⁷	pengumpulan data yakni: redaksi data, data display, verifikasi. Dalam temuan penelitiannya, menyatakan bahwa proses promosi yang gencar dan fokus yang dilakukan oleh manajemen, dan profesionalitas para karyawan dalam melayani tamu yang datang. b) Persamaan: Sama-sama membahas promosi yang dilakukan oleh hotel dalam meningkatkan jumlah konsumen.
a) Nama Peneliti: Putri Nugraheni	Dari hasil penelitian dapat disimpulkan	a) Perbedaan: Penelitian ini menggunakan metode

³⁷ Syahrul Ramadhan, "Promosi Siwah Hotel Dalam Meningkatkan Pengunjung Di Banda Aceh", skripsi Dakwah dan Komunikasi, 2019.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b) Judul Penelitian: <i>Strategi bauran Pemasaran Dalam Menarik Minat Pelanggan Di Namira Hotel Syariah Yogyakarta</i>	bahwa penerapan strategi <i>marketing</i> di Namira Hotel Syariah secara umum berjalan maksimal, dengan melakukan inovasi produk, kebijakan promosi penjualan melalui penawaran harga, melakukan aktifitas promosi secara rutin kepada pelanggan hotel. ³⁸	penelitian dengan teknik keabsahan data. b) Persamaan: Sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif membahas tentang strategi promosi yang dilakukan dalam menarik minat konsumen.
3. a) Nama Peneliti: Tri Hutami Pratiwi H b) Judul Penelitian: <i>Strategi Komunikasi Pemasaran Grand Kanaya Hotel Dalam</i>	Strategi yang sangat berpengaruh bagi Grand Kanaya Hotel dalam meningkatkan jumlah konsumen,	a) Perbedaan: Penelitian ini menggunakan metode penelitian dengan teknik keabsahan data. b) Persamaan:

³⁸ Putri Nugraheni, “*Strategi Bauran Pemasaran Dalam Menarik Minat Pelanggan Di Namira Hotel Syariah Yogyakarta*”, skripsi Dakwah dan Komunikasi, 2016.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

<p><i>Meningkatkan Jumlah Konsumen</i></p>	<p>yaitu: OTA (Online Travel Agent) dan menjaga hubungan baik dengan instansi pemerintah dan perusahaan sebagai target pasar Grand Kanaya Hotel.³⁹</p>	<p>Sama-sama menggunakan metode penelitian diskriptif kualitatif dan membahas tentang strategi promosi hotel dalam menarik minat konsumen.</p>
--	---	--

Pada penelitian ini, peneliti hanya fokus pada sistem pelayanan berbasis digital pada *Hasanah Guest House* Pekanbaru di masa pandemi Covid-19 dalam meningkatkan jumlah konsumen menurut perspektif ekonomi islam. Dilihat dari fokus kajiannya tentu terdapat perbedaan dengan penelitian diatas. Disamping itu, variabel, tempat, dan waktu yang diteliti juga berbeda dengan penelitian sebelumnya.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

³⁹ Tri Hutami Pratiwi H, “Strategi Komunikasi Pemasaran Grand Kanaya Hotel Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen”, skripsi Ilmu Sosial, 2019.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Dalam penulisan laporan ini mempergunakan beberapa metode untuk mempermudah dalam menyusun laporan ini, adapun metode yang di gunakan sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan metode kualitatif, yaitu mengumpulkan data dari lokasi atau lapangan dengan berkunjung langsung ke tempat yang di jadikan objek penelitian.⁴⁰

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di *Hasanah Guest House* Pekanbaru yang beralamat Jl. Paus No. 11 -A, kecamatan Marpoyan Damai, kota Pekanbaru. Adapun alasan meneliti pada *Hasanah Guest House* Pekanbaru untuk mengetahui lebih mendalam tentang sistem pelayanan berbasis digital pada *Hasanah Guest House* Pekanbaru di masa pandemi Covid-19 dalam meningkatkan jumlah konsumen.

3. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek

Subjek adalah suatu hal yang menjadi sumber data dapat berupa *person* (data berupa orang), *place* (sumber data berupa tempat), dan *paper* (sumber

⁴⁰ Suharsimi Arikunto, *Dasar-dasar Research*, (Tarsoto: Bandung, 1995), h. 58.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syaif Kasim Riau

data huruf, angka, gambar dan simbol).⁴¹ Subjek dalam penelitian ini adalah pimpinan, dan karyawan *Hasanah Guest House* Pekanbaru.

b. Objek

Objek adalah setiap gejala atau peristiwa yang akan diteliti baik berupa gejala alam (*natural fenomena*) maupun gejala kehidupan (*life fenomena*).⁴²

Objek penelitian ini adalah sistem pelayanan berbasis digital pada *Hasanah Guest House* Pekanbaru dalam menawarkan produk dan jasanya kepada konsumen.

4. Informan

Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini berjumlah 4 (empat) orang yaitu 1 orang *general manager*, 1 orang *manager marketing* dan karyawan *Hasanah Guest House* Pekanbaru yang terdiri dari 1 orang *housekeeping*, dan 1 orang karyawan di bagian pelayanan di *receptionist*. Informan yang peneliti tentukan merupakan orang-orang yang terikat secara penuh di dalam *Hasanah Guest House* Pekanbaru. Adapun pemilihan Informan dipilih sesuai dengan kriteria terhadap topik penelitian.

5. Sumber Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua sumber data yaitu:

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari objek yang diteliti dan kemudian diolah oleh penulis yang dalam penelitian ini adalah

⁴¹ Putu Febriyasa Suryanan, *Pendidikan Agama Dalam Lontar Tuter Kumara Tattwa*, (Bandung: Nilacakra, 2020), h. 23.

⁴² *Ibid.*, h. 24



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Saifuddin Kasim Riau

data yang di peroleh langsung dari tempat atau lokasi penelitian yaitu *Hasanah Guest House* Pekanbaru.⁴³

b. Data Sekunder

Data skunder merupakan data yang didapat dan dikumpulkan dari catatan-catatan dan wawancara dengan pimpinan untuk mendapatkan data tentang sejarah intansi, misi dan visi, struktur organisasi guna melengkapi dan mendukung data primer yang dibutuhkan dalam penelitian.⁴⁴

6. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, pengumpulan data menggunakan beberapa metode, yaitu :

a. Observasi

Yaitu, sebuah pengamatan secara langsung terhadap suatu objek yang sedang diteliti di lingkungan baik yang sedang berlangsung ataupun masih dalam tahap yang meliputi berbagai aktivitas perhatian terhadap suatu kajian objek yang menggunakan pengindraan.⁴⁵

b. Wawancara

Yaitu, dialog dengan seseorang yang diperlukan untuk dimintai keterangan atau pendapatnya mengenai suatu hal.⁴⁶ Wawancara yang

⁴³ Ajat Rukajat, *Pendekatan Peneliitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Deepublish CV Budi Utama, 2018), h. 6.

⁴⁴ *Ibid.*, h. 7

⁴⁵ Uswatun Khasanah, *Pengantar Microteaching*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), h. 25.

⁴⁶ Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2003), h. 117.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penulis lakukan yakni dengan melakukan wawancara langsung dengan pihak *Hasanah Guest House* Pekanbaru.

c. Dokumentasi

Yaitu, proses yang ditempuh untuk pengumpulan data dalam penelitian, yakni dengan mengambil dari dokumen-dokumen yang berkaitan dengan apa yang penulis teliti⁴⁷.

7. Metode Analisis Data Penelitian

Dalam penelitian ini metode analisis data yang digunakan adalah kualitatif, yaitu analisis dengan mengelompokkan data berdasarkan kategori atas dasar persamaan jenis data-data yang ada, kemudian data tersebut digambarkan dengan menggunakan analisis :

- a. **Deskriptif**, yaitu menjelaskan tentang situasi atau kejadian, gambaran, lukisan, secara sistematis, faktual, akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antara fenomena-fenomena pada objek yang diteliti.⁴⁸ Catatan tentang apa yang sesungguhnya sedang diamati, yang benar-benar terjadi menurut apa yang dilihat, didengar dan diamati dengan alat indera peneliti.
- b. **Induktif**, yaitu pengkajian dari fenomena-fenomena yang bersifat khusus, setelah itu menuju pada fenomena umum, sehingga dapat diambil kesimpulan bagi seluruhnya.⁴⁹

⁴⁷ Ute Lies, dkk., *Komunikasi Budaya dan Dokumentasi Kontemporer*, (Bandung: Unpad Press, 2019), h. 318-319.

⁴⁸ Isma Tantawi, *Strategi Meneliti dan Menulis*, (Jakarta: Kencana, 2019), h. 66.

⁴⁹ *Ibid.*, h. 65



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

B. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah berdirinya *Hasanah Guest House* Pekanbaru

Konsep awal berdirinya *Hasanah Guest House* Pekanbaru, sebagai rumah kedua bagi masyarakat luar yang sedang membutuhkan tempat tinggal siap huni di kota Pekanbaru. Hotel adalah suatu jenis akomodasi yang dikelola secara komersial, disediakan bagi seseorang atau sekelompok orang, menyediakan pelayanan penginapan, makanan dan minuman serta layanan lain dengan menyesuaikan perkembangan kebutuhan dan teknologi.

Hasanah Guest House Pekanbaru adalah perusahaan yang menyediakan jasa pelayanan penginapan, makan dan minum serta jasa lainnya dikelola secara komersial, serta memenuhi ketentuan dan persyaratan yang ditetapkan oleh pemerintah dan tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah. Salah satunya *Hasanah Guest House* Pekanbaru yang berdiri sejak tahun 2014, di Jln. Paus No. 11-A, kecamatan Marpoyan Damai, kota Pekanbaru.

Disamping faktor harga yang terjangkau, bagi konsumen yang menginap di *Hasanah Guest House* Pekanbaru, juga faktor kenyamanan, keamanan dengan lokasi yang terletak ditengah kota kurang lebih sekitar lima belas menit dari bandara serta dekat dengan kuliner dan pusat perbelanjaan menambah kenyamanan dan bisa dinikmati konsumen. Terlebih lagi kota Pekanbaru juga dikenal dengan budaya melayu dan identik dengan islamnya, yang sangat mengedepankan ajaran syari'ah, baik dalam kehidupan bermasyarakat maupun dibidang perekonomiannya.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta dimiliki UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Menurut bapak Erik Hidayat, Sebagai General Manager *Hasanah Guest House* Pekanbaru ini, Beliau ingin menunjukkan kepada masyarakat bahwa Pekanbaru memiliki tempat yang bisa dijadikan rumah kedua oleh masyarakat jauh yang berpergian ke kota Pekanbaru dan bisa menjadikan *Hasanah Guest House* Pekanbaru sebagai tempat beristirahat dan bersantai.

2. Visi dan Misi *Hasanah Guest House* Pekanbaru

a. Visi *Hasanah Guest House* Pekanbaru

Menjadikan *Hasanah Guest House* Pekanbaru sebagai rumah kedua serta mewujudkan pelayanan yang nyaman, amanah dan profesional.

b. Misi *Hasanah Guest House* Pekanbaru

- 1) Memberikan fasilitas pelayanan terbaik kepada tamu *Hasanah Guest House* Pekanbaru.
- 2) Menjadikan tempat tinggal kedua yang nyaman bersih dan sehat.
- 3) Memberikan pelayanan yang prima terhadap tamu.

3. Struktur Organisasi

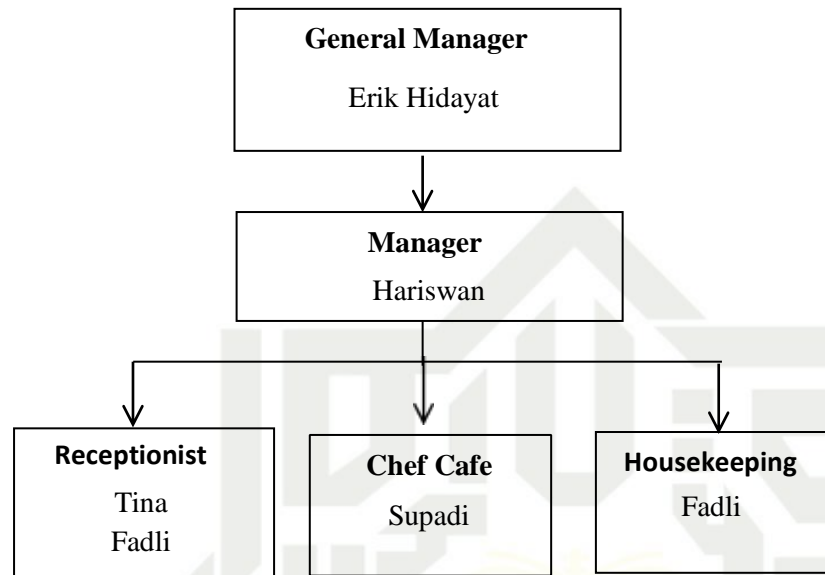
Struktur kegiatan organisasi dari suatu perusahaan menggambarkan dengan jelas pemisahan kegiatan pekerjaan antara yang satu dengan yang lain dan bagaimana hubungan aktivitas dan fungsi dibatasi. Dengan adanya struktur organisasi perusahaan dapat menjalankan kegiatannya secara efektif dan efisien. Berikut ini adalah struktur organisasi pada *Hasanah Guest House* Pekanbaru:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 3. 1
Struktur Organisasi *Hasanah Guest House* Pekanbaru



Sumber: *Hasanah Guest House* Pekanbaru

4. Deskripsi Tugas-tugas

Adapun tugas dan wewenang serta tanggung jawab pada gambar struktur organisasi pada *Hasanah Guest hose* Pekanbaru adalah sebagai berikut:

a. *General Manager*

- 1) Memutuskan dan mengambil kebijakan atas dasar adanya pelimpahan wewenang
- 2) Melaksanakan dan mengatur administrasi hotel
- 3) Mengadakan rapat kerja dan memberikan penyuluhan
- 4) Memutuskan dan mengambil kebijakan atas dasar adanya pelimpahan wewenang
- 5) Melakukan pengawasan terhadap sesuatu yang ada hubungannya dengan operasional hotel
- 6) Mengangkat dan memberhentikan karyawan hotel.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. *Manager Marketing*

- 1) Mengawasi dan menggerakkan karyawan hotel
- 2) Memberi saran dan arahan kepada pelayanan bagian *reception* dan fungsinya dalam penagihan sewa kamar kepada konsumen
- 3) Bertanggung jawab mewakili manajer utama dalam menyelesaikan permasalahan yang ada
- 4) Merancang strategi dalam mempromosikan produk dan jasa hotel.

c. *Receptionist*

- 1) Menyambut setiap tamu tamu hotel dengan ramah
- 2) Menjawab telepon berkaitan dengan informasi hotel
- 3) Memberi bantuan petunjuk akan lokasi tempat yang diminta kepada para konsumen
- 4) Memberikan informasi berkaitan dengan hotel kepada para konsumen
- 5) Mencatat daftar konsumen hotel berkaitan dengan check in & check out
- 6) Data *entry* akan informasi tamu hotel
- 7) Mencatat berbagai informasi yang diperlukan oleh hotel seperti check in check out *reservasi*
- 8) Menyortir surat-surat yang masuk ke hotel baik kertas maupun elektronik
- 9) Memberikan citra dan image hotel yang baik dan ramah serta professional
- 10) Memberikan bantuan kepada setiap tamu hotel bila diperlukan

d. *Housekeeping*

- 1) Mengisi buku daftar hadir.



- 2) Membuat laporan status kamar ke bagian front officer
- 3) Membersihkan dan memelihara kamar-kamar tamu di seluruh area hotel
- 4) Menjaga kebersihan secara menyeluruh di area publik hotel
- 5) Menjaga peralatan kerja housekeeping dengan baik
- 6) Menata kamar agar terlihat bersih dan nyaman untuk ditempati konsumen.
- e. *Chef Café* (kantin hasanah)
 - 1) Bertugas menangani makanan dan minuman serta penggunaan peralatan yang ada di dapur hotel
 - 2) Memberikan pelayanan dan menyiapkan pesanan tamu berupa makanan dan minuman.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana sistem pelayanan berbasis digital pada *Hasanah Guest House* Pekanbaru di masa pandemi Covid-19 dalam meningkatkan jumlah konsumen menurut perspektif ekonomi syaria'ah. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pelayanan yang diberikan oleh *Hasnah Guest House* Pekanbaru secara digital sudah cukup baik sesuai standar yang ada pada *Hasanah Guest House* Pekanbaru dengan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik dan professional kepada konsumen. *Hasanah Guest House* Pekanbaru telah melakukan sistem pelayanan berbasis digital dengan baik di masa pandemi Covid-19 dan memanfaatkan media sosial seperti: Instagram, Facebook, dan media cetak seperti brosur dan *Hasanah Guest House* Pekanbaru juga bekerjasama dengan OTA (*Online Travel Agent*) seperti: Traveloka, Pegipegi, Tiket.com dan Agoda dalam meningkatkan jumlah konsumen di masa pandemi Covid-19. Dapat dilihat dari jumlah konsumen yang mengalami kenaikan pada tahun 2020. *Hasanah Guest House* Pekanbaru juga telah mengikuti aturan protokol kesehatan dari pemerintah demi mencegah penularan dan penyebaran Covid-19 dengan menerapkan penyediaan



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

handsanitizer, mencuci tangan sebelum masuk ke dalam hotel, pengecekan suhu tubuh melalui pintu masuk, menggunakan masker, dan menjaga jarak.

2. Menurut perspektif ekonomi syariah terhadap sistem pelayanan berbasis digital pada *Hasanah Guest House* Pekanbaru di masa pandemi Covid-19 dalam meningkatkan jumlah konsumen, telah sesuai dengan prinsip syariah. Hal ini dapat dilihat dari cara *Hasanah Guest House* Pekanbaru dalam mempromosikan produknya melalui digital melalui media sosial seperti instagram, facebook dan melalui OTA (*Online Travel Agent*) serta melalui brosur untuk memberikan informasi dan menawarkan produk dan jasanya kepada konsumen, tidak bertentangan dengan ekonomi syariah. Hal ini terbukti dengan memperhatikan postingan promosi yang dilakukan oleh *Hasanah Guest House* Pekanbaru di media instagram, facebook, OTA (*Online Travel Agent*) dan brosur dengan informasi yang diberikan jelas dan benar, dan dalam menyampaikan informasi *Hasanah Guest House* Pekanbaru berkata jujur seperti gambar yang ditampilkan dilengkapi dengan fasilitas ibadah dan fasilitas lainnya yang di informasikan secara fakta dan sesuai dengan prinsip ekonomi syariah.

B. Saran

Berdasarkan penelitian, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Diharapkan untuk pihak *Hasanah guest House* Pekanbaru untuk tetap mempertahankan bahkan meningkatkan sistem pelayanan berbasis digital yang baik dan efektif serta semakin aktif dalam menyampaikan informasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- mengenai *Hasanah guest House* Pekanbaru baik lewat postingan melalui media sosial yaitu instagram dan facebook, OTA (*Online Travel Agent*), maupun melalui media cetak seperti brosur serta tetap mempertahankan pelayanan yang baik untuk konsumen sesuai dengan standar *Hasanah Guest House* Pekanbaru.
2. Untuk para pembaca, semoga dapat memperoleh pengetahuan mengenai sistem pelayanan berbasis digital pada *Hasanah Guest House* Pekanbaru di masa pandemi Covid-19 dalam menarik minat konsumen.



A. Buku

- Aidah, Siti Nur. *Bacaan Wajib 72 Pertanyaan Seputar Covid*, Jogjakarta: Penerbit KBM Indonesia, 2020.
- Arikunto, Suharsimi. *Dasar-dasar Research*, Tarsoto: Bandung, 1995.
- Assauri, Sofian. *Strategic Marketing*, Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2012.
- Barata, Atep Adya. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2003.
- Daryanto & Ismanto Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan*, Yogyakarta: Gava Media, 2014.
- Chakti, Andi Gunawan. *The Book Of Digital Marketing*, Makassar: Celebes Media Perkasa, 2019.
- Didin Hafihuddin Dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syari'ah Dalam Praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2003.
- Ferdinand, Augusty, *Metode Penelitian Manajemen*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006.
- Fitriah, Maria. *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*, Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Gaspersz, Vincent. *All-in-one Marketing Excellence*, Bogor: Vinchristo Publication, 2012.
- Gea, Antonius Atosokhi. *Character Building IV Relasi dengan Dunia*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2005.
- Jahja, Yudrik. *Psikologi Perkembangan*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2011.
- Judy Stauss dan Raymond Frost, *E-marketing Senenth Edition*, New Jersey: Pearson Education, 2004.
- Jusuf, Dewi Indriani. *Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online*, Yogyakarta: ANDI, 2018.
- Kambolong, Makmur, dkk., *Metode riset dan Analisis Saluran Distribusi*, Pasuruan: Qiara Media, 2021.
- Khasanah, Yeni Myhtiyatul. *Etika Bisnis Penginapan*, Yogyakarta: CV Bumi Maheswari, 2020.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- Khatimah, Husnul. *Penerapan Syariah Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011.
- Khasanah, Uswatun. *Pengantar Microteaching*, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020.
- Lies, Ute, dkk., *Komunikasi Budaya dan Dokumentasi Kontemporer*, Bandung: Unpad Press, 2019.
- Muri, Yusuf. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif & Penelitian Gabungan*, Jakarta: Kencana, 2017.
- Nurlam, Inggang Perwangsa. *Etika Pemasaran dan Kepuasan Konsumen Dalam Pemasaran Perbankan Syariah*, Malang: UB Press, 2017.
- Nurhidayati, dkk., *Manajemen Bisnis DI Era Pandemi Covid-19 & New Normal*, Semarang: Unissula Press, 2020.
- Nurlam, Inggang Perwangsa. *Etika Pemasaran dan Kepuasan Konsumen Dalam Pemasaran Perbankan Syariah*, Malang: UB Press, 2017.
- Pattaray, Anas, dkk., *Konsep Pelayanan*, Malang: Literasi Nusantara, 2021.
- Purboyo, dkk., *Perilaku Konsumen*, Bandung: Media Sains Indonesia, 2021.
- Ratih, Putu Asri Raning, dkk., *Kumpulan Paper Konseptual Strategi Bisnis Dan Kinerja Perusahaan Pada Masa Pandemi Covid-19*, Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2021.
- Rianto, M. Nur. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syari'ah*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Ruslan, Rosady. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2005.
- Rukajat, Ajat. *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*, Yogyakarta: Deepublish CV Budi Utama, 2018.
- Rauf, Abdul, dkk., *Digital Marketing Konsep dan Strategi*, Cirebon: Insania, 2021.
- Rosmawati. *Pokok-pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Depok: Prenada Media Group, 2018.
- Rossanty, Yossie. *Costumer Behaviour In Era Millenial*, Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli, 2018.
- Ruslan, Rosady. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2005.
- Syahputro, Eko Nur. *Melejitkan Pemasaran UMKM Melalui Media Sosial*, Gresik: Caremedia Communication, 2020.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

- Sudarso, Andriasan. *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*, Yogyakarta: Deepublish, 2016.
- Simamora, Bilson. *Memenangkan pasar dengan pemasaran efektif dan profitable*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003.
- Saputra, Didin Hadi, dkk., *Digital Marketing Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*, Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Simanjuntak, Mariana, dkk., *Pemasaran Digital Pariwisata Indonesia*, Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Sutarno. *Serba-Serbi Manajemen Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.
- Suryanan, Putu Febriyasa. *Pendidikan Agama Dalam Lontar Tuttur Kumara Tattwa*, Bandung: Nilacakra, 2020.
- Tjiptono, Fandy. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima* Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2012.
- Tantawi, Isma. *Strategi Meneliti dan Menulis*, Jakarta: Kencana, 2019.
- Tjiptono, Fandy. *Service Management: Mewujudkan Pelayanan Prima*, Yogyakarta: Andi, 2012.
- Wijoyo, Hadion, dkk., *Berdamai Dengan Covid-19*, Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri, 2020.
- Witjara, Edi. *Digital Business Valuation*, Jakarta: Rayyana, 2019.
- Yulianto, Edy. *Bisnis Online dan E-commerce*, Malang: PT Cita Intrans Selaras, 2020.
- Yulianto, Edy. *Bisnis Online dan E-Commerce*, Malang: PT. Cita Intrans Selaras, 2020.

B. Jurnal/Skripsi

- Lutfi Hendriyati, Pengaruh Online Travel Agent Terhadap Pemesanan Kamar Di Hotel Mutiara Malioboro Yogyakarta, *Jurnal Media Wisata*, Vol 17, No 1, Mei 2019, h. 2.
- Nugraheni, Putri. *Strategi Bauran Pemasaran Dalam Menarik Minat Pelanggan Di Namira Hotel Syariah Yogyakarta*, Skripsi, 2016.
- Nurhadi. "Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, h. 143-147, 2018.
- Ramadhan, Syahrul. *Promosi Siwah Hotel Dalam Meningkatkan Pengunjung Di Banda Aceh*, Skripsi, 2019.

Tri Hutami Pratiwi H, *Strategi Komunikasi Pemasaran Grand Kanaya Hotel Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen*, Skripsi, 2019.

Website

<https://www.who.int/indonesia/news/novel-coronavirus/qa/qa-for-public>, diakses, tanggal 7 Juli 2021

<https://www.suara.com/teknologi/2022/191809/jumlah-pengguna-media-sosial-indonesia-capai-1914-juta-per-2022>, diakses, tanggal 31 Maret 2022

<https://blog.citos.id/pengertian-tentang-online-travel-agent-ota-dan-jenis-travel-agent/>, diakses, tanggal 31 Maret 2022

<https://m.traveloka.com/id-id/about-us>, diakses, tanggal 10 April 2022

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

1. Sejak kapan berdirinya *Hasanah Guest House* Pekanbaru?
2. Jasa apa saja yang ditawarkan oleh *Hasanah Guest House* Pekanbaru kepada konsumen?
3. Bagaimana sistem pelayanan yang dilakukan oleh *Hasanah Guest House* Pekanbaru?
4. Bagaimana sistem pelayanan *Hasanah Guest House* Pekanbaru secara digital?
5. Apa saja media digital yang digunakan *Hasanah Guest House* Pekanbaru dalam menawarkan jasa?
6. Apa saja pelayanan jasa digital yang diberikan oleh *Hasanah Guest House* Pekanbaru kepada konsumen?
7. Berapakah harga jasa yang ditawarkan oleh *Hasanah Guest House* Pekanbaru?
8. Apakah harga jasa pelayanan melalui digital dan melalui offline sama?
9. Apakah sistem pelayanan berbasis digital pada *Hasanah Guest House* Pekanbaru sudah mencapai tujuan?
10. Pelayanan digital apa saja yang banyak diminati oleh para konsumen?
11. Apa kelebihan dan kekurangan dalam menggunakan pelayanan berbasis digital?
12. Apa keunggulan dari setiap media yang digunakan tersebut?

DOKUMENTASI

Dokumentasi Lokasi Penelitian



© Hak cipta

of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dokumentasi Wawancara

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





©

u

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGESAHAN
PERBAIKAN SKRIPSI**

Skripsi dengan judul “**SISTEM PELAYANAN BERBASIS DIGITAL PADA HASANAH GUEST HOUSE PEKANBARU DI MASA PANDEMI COVID-19 DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH**”, yang ditulis oleh :

Nama : Hazwin Al Farid
NIM : 11820511715
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah
Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 21 Juni 2022 M
TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua

Hendri Savuti, M.Ag
19760829 200312 1 003

Sekretaris

Desi Devrika Devra, SHL.,M.Si
197312271994022001

Penguji I

Bambang Hermanto, M. Ag
19780214 200003 1 001

Penguji II

Afdhol Rinaldi, SE, M.Ec
19790604 201411 1 001

Handwritten signature of Hendri Savuti

.....

Handwritten signature of Desi Devrika Devra

.....

Handwritten signature of Bambang Hermanto

.....

Handwritten signature of Afdhol Rinaldi

.....

Mengetahui :

Kepala Bagian Akademik Kemahasiswaan dan Alumni
Fakultas Syariah dan Hukum

Jalinus, S.Ag

NIP. 19750801 200701 1 023

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU



JURNAL HUKUM ISLAM

مجلة الأحكام الشرعية

Journal For Islamic Law

JL. H.R. Soebrantas No. 155 KM 18 Simpang Baru- Panam Pekanbaru 28293
Po. Box 1004 Telp (0761) 561645 Fax. (0761) 562052
www. Jurnalhukumislam.com email. admin@jurnalhukumislam.com
Hp. 081275158167 - 085213573669

SURAT KETERANGAN

Pengelola jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : HAZWIN AL FARID
NIM : 11820511715
Jurusan : EKONOMI SYARIAH
Judul : SISTEM PELAYANAN BERBASIS DIGITAL PADA
*HASANAH GUEST HOUSE PEKANBARU DI MASA
PANDEMI COVID-19 DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH KONSUMEN MENURUT PERSPEKTIF
EKONOMI SYARIAH*

Pembimbing : Rozi Andrini, ME

Nama tersebut diatas telah menyerahkan jurnal Skripsi sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan.

Pekanbaru, 05 Juli 2022

Pimpinan Redaksi,



Dr. M. Alpi Syahrin, S.H., M.H., CPL
NIP. 198804302019031010

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-561645
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: rektor@uin-suska.ac.id

**PENGESAHAN PERBAIKAN SEMINAR PROPOSAL
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

Proposal dengan judul Sistem Pelayanan Berbasis Digital Pada *Hasanah Guest House* Pekanbaru Di masa Pandemi Covid-19 Dalam Menarik Minat Konsumen Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syariah ditulis oleh saudara :

Nama : Hazwin Al Farid
NIM : 11820511715
Program Studi : Ekonomi Syariah
Diseminarkan pada :
Hari / Tanggal : Kamis / 23 September 2021
Narasumber : Dr.H.Mawardi Muhammad Saleh,LC,MA

Telah diperbaiki sesuai dengan saran narasumber seminar proposal mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Kepala Sub. Bagian Akademik

Pekanbaru, 22 November 2021
Narasumber

Jalinus, S.Ag.

NIP. 19750801 200701 1 023

Dr.H.Mawardi Muhammad Saleh,LC,MA

NIP.11690624 200112 1 002

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
 1. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 0. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
 Diindungi Undang-Undang



REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPSTSP/NON IZIN-RISET/44268
 TENTANG



**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.I/PP.00.9/6825/2021 Tanggal 13 Agustus 2021**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

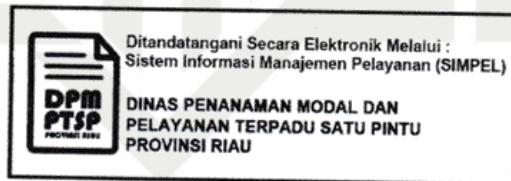
- | | |
|----------------------|---|
| 1. Nama | : HAZWIN AL FARID |
| 2. NIM / KTP | : 11820511715 |
| 3. Program Studi | : EKONOMI SYARIAH |
| 4. Jenjang | : S1 |
| 5. Alamat | : JL. TANJUNG LUMBA-LUMBA |
| 6. Judul Penelitian | : SISTEM PELAYANAN BERBASIS DIGITAL PADA HASANAH GUEST HOUSE PEKANBARU DI MASA PANDEMI COVID-19 DALAM MENARIK MINAT KONSUMEN DITINJAU MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH |
| 7. Lokasi Penelitian | : HASANAH GUEST HOUSE PEKANBARU/ JALAN PAUS NO. 11-A |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

- tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
- pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
- kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
 Pada Tanggal : 27 Oktober 2021



Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

- Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
- Pengelola Hasanah Guest Pekanbaru House di Tempat
- Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
- Yang Bersangkutan

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.



BIOGRAFI PENULIS

Hazwin Al Farid, lahir di Pekanbaru pada tanggal 14 Maret 2000, yang merupakan anak kedua dari lima bersaudara, anak dari Ayahanda Samsiryani Mustafa, S.Pd dan Ibunda Lestari Indrayani, S.P. Penulis telah melalui jenjang pendidikan dasar di SDN 004 Kubu Teluk Merbau tahun 2012 lalu melanjutkan pendidikan pendidikan SMP N 1 Kubu Teluk Merbau hingga lulus tahun 2015, lalu melanjutkan pendidikan di SMA N 1 Kubu Teluk Merbau dan lulus pada tahun 2018.

Pada tahun 2018 penulis melanjutkan pendidikan perguruan tinggi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Fakultas Syariah dan Hukum dengan jurusan Ekonomi Syariah. Penulis melakukan magang atau Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Riau (KANWIL DJP Riau) pada tahun 2019 dan melakukan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Tarai Bangun, Kabupaten Kampar Pekanbaru Riau tahun 2021.

Setelah melakukan Kuliah Kerja Nyata (KKN) penulis juga telah menyelesaikan mata kuliah, dengan izin Allah Subhanahu wa ta'ala dan berkat Do'a kedua orang tua penulis dapat menyelesaikan S1 pada tahun 2022 dengan judul skripsi **“SISTEM PELAYANAN BERBASIS DIGITAL PADA HASANAH GUEST HOUSE PEKANBARU DI MASA PANDEMI COVID-19 DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH”** di bawah bimbingan Ibu Rozi Andriani, M.E.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.