

**UPAYA CV. INDAH TRAVEL EXECUTIVE PEKANBARU
MEREKRUT PENUMPANG MENURUT
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Sultan
Syarif Kasim Riau Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE. Sy) Dalam Ilmu Ekonomi Islam**



OLEH

SITI MARKOMAH

10825003583

PROGRAM S1

JURUSAN EKONOMI ISLAM

FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SULTAN SYARIF KASIM

RIAU

2012

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul **“UPAYA CV. INDAH TRAVEL EXECUTIVE PEKANBARU MEREKRUT PENUMPANG MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM”**

Persaingan usaha semakin kompetitif mengharuskan setiap perusahaan untuk meningkatkan upaya dalam merekrut penumpang yang digunakan agar tidak kehilangan pelanggannya dan demi mencapai keunggulan daya saing yang berkelanjutan.

Adapun masalah dalam skripsi ini adalah bagaimana upaya yang dilakukan oleh CV. Indah Travel Executive Pekanbaru dalam merekrut penumpang?, Faktor-faktor pendukung dan penghambat pada CV. Indah Travel Executive Pekanbaru?, bagaimana upaya merekrut penumpang pada CV. Indah Travel Executive Pekanbaru menurut perspektif ekonomi islam?.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang mengambil pada CV. Indah Travel Executive Pekanbaru yang beralamat di JL. MR.S. Amin-Arengka II Simpang SPBU Pekanbaru. Tujuan penelitian ini adalah untuk merebut hati konsumen. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Dan populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pihak manajemen CV. Indah Travel Executive Pekanbaru sebanyak 9 orang dengan menggunakan *Total Sampling*.

Untuk memperoleh bahan data dalam penulisan skripsi ini, penulis mengumpulkan dan menganalisa buku-buku yang berhubungan dengan penelitian ini, di samping itu penulis juga mengambil bahan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil yang diperoleh dari penelitian yaitu CV. Indah Travel Executive Pekanbaru telah berupaya merekrut penumpang melalui promosi dan pelayanan penumpang hingga saat ini, dengan faktor-faktor pendukung yang ada di perusahaan memiliki pandangan dan citra baik yang memiliki nilai-nilai Ekonomi Islam, namun Perusahaan ini memiliki penghambat dalam mengembangkan usahanya yaitu kerusakan mobil, supir yang ugal-ugalan dan kurangnya ketepatan waktu, sehingga tidak sesuai dengan Ekonomi Islam karena membuat penumpang merasa dirugikan dan tidak merasa ada kenyamanan.

memberikan motivasi dan untaian do'a sehingga ananda bisa menyelesaikan skripsi ananda. Do'a ananda semoga Allah selalu memberikan umur yang panjang, kesehatan, ketabahan menghadapi hidup ini. Semoga kasih sayang dan pengorbanan yang ayahanda dan ibunda berikan menjadi amal yang baik dan dibalas dengan pahala yang berlipat ganda oleh Allah SWT, Amin Yarobbal Alamin.

2. Prof. Dr. H. M. Bapak Nazir Karim, MA selaku Rektor Uin Suska Riau Beserta pembantu Rektor I, II, III Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Prof. Dr. H. Bapak Akbarizan, M. Ag M. Pd selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Ilmu Hukum. beserta pudek I, II, III fakultas Syariah dan Ilmu Hukum.
4. Bapak Mawardi S.Ag M. Si selaku ketua jurusan. Dan Bapak Darmawan Tia Indrajaya, M. Ag selaku sekretaris jurusan Ekonomi Islam fakultas Syariah dan Ilmu Hukum.
5. Bapak Ahmad Adri Riva'I MA selaku Pembimbing Akademis penulis.
6. Bapak MHD. Kastulani. SH, MH selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan kepada penulis.
7. Bapak dan ibu dosen yang telah mendidik dan membina penulis dalam perkuliahan, bapak dan ibu peserta Kasubag dan Subag serta karyawan Fakultas Syari'ah dan Ilmu Hukum.
8. Bapak dan Ibu Perpustakaan UIN Sultan Syarif Kasim Riau dan Fakultas Syari'ah dan Ilmu Hukum

9. Bapak dan Ibu Dosen beserta Staf Dan Tata Usaha Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum yang telah memberikan motivasi baik dalam bentuk sumbangan pikiran dan ilmu pengetahuan selama penulis duduk dibangku perkuliahan.
10. Bapak dan Ibu karyawan CV. Indah Travel Executive Pekanbaru.
11. Sahabat-sahabat seperjuangan Khusus nya Untuk EI4 angkatan 2008, senior maupun junior yang telah memberikan dorongan dan doa nya.
12. Buat sahabat-sahabat yang selama ini memberikan motifasi kepada penulis.

Mudah-mudahan dengan segala jerih payah dan dorongan yang telah disumbangkan, mendapat imbalan yang setimpal dari Allah SWT. AMIN...

Penulis menyadari skripsi ini tidak jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan dari Bapak dan Ibu Dosen serta dari pembaca yang budiman.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb .

Pekanbaru, 08 Mei 2012

Penulis

Siti Markomah

10825003583

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PENGESAHAN SKRIPSI	
PENGESAHAN PEMBIMBING	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	vi
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah	7
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
E. Metode Penelitian	8
F. Sistematika Penulisan	10
BAB II : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
A. Sejarah singkat CV. Indah Travel Executive Pekanbaru	12
B. Visi dan Misi CV. Indah Travel Executive Pekanbaru.....	14
C. Struktur Organisasi CV. Indah Travel Executive Pekanbaru	16
D. Aktivitas CV. Indah Travel Executive Pekanbaru	19
BAB III: JASA DALAM EKONOMI ISLAM	
A. Pengertian ijarah	23
B. Rukun da Syarat.....	24
C. Pengertian pelayanan	25
BAB IV:UPAYA CV. INDAH TRAVEL EXECUTIVE PEKANBARU MEREKRUT PENUMPANG MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM	
A. Upaya yang dilakukan oleh . CV. Indah travel Executive Pekanbaru Dalam Merekrut Penumpang	30
B. Faktor-faktor pendukung dan penghambat pada CV. Indah Travel Executive Pekanbaru.....	42

C. Upaya Merekrut Penumpang Pada CV. Indah Travel	
Executive Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Islam	51

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	61
B. Saran	62

DAFTAR PUSTAKA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ekonomi Islam merupakan suatu cabang ilmu yang mempelajari metode untuk memahami dan memecahkan masalah ekonomi yang didasarkan atas ajaran Agama Islam¹ Pada era globalisasi seperti saat ini perkembangan di bidang industri jasa merupakan sektor ekonomi yang sangat besar dan tumbuh dengan pesat. Pertumbuhan tersebut selain diakibatkan oleh pertumbuhan jenis jasa yang sudah ada sebelumnya, juga disebabkan oleh jasa yang baru sebagai akibat dari tuntutan dan perkembangan teknologi.

Salah satu jasa yang ada di Indonesia adalah jasa transportasi yang memiliki prospek yang cerah karena bisnis ini tumbuh dan berkembang semakin dinamis serta disebabkan oleh jasa sebagai akibat dari tuntutan dan perkembangan teknologi.

Majunya kegiatan perekonomian dan meningkatnya kebutuhan masyarakat mendorong tingginya keinginan masyarakat untuk berpergian baik dalam rangka kegiatan bisnis, keperluan keluarga, tujuan rekreasi maupun menuntut ilmu. Kota Pekanbaru adalah kota yang paling banyak dikunjungi transmigrasi lokal terutama dari daerah Kampar, Tembilahan, Rohul dan lain-lain.

¹Pusat Pengkajian dan Perkembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2008), h. 1

Oleh karena itu aktivitas tersebut memerlukan penyediaan transportasi yang memadai agar aktivitas yang dilakukan dapat berjalan semestinya, Salah satu alat transportasi yang menjadi alternatif bagi masyarakat adalah Travel. Dengan persaingan usaha yang semakin ketat dewasa ini menuntut perusahaan atau badan usaha untuk beroperasi seefektif dan seefisien mungkin. Terwujudnya keefektifan dan keefisiensi sangat bergantung pada kemampuan manajemennya.

Seiring perkembangan dunia usaha yang semakin maju terutama di bidang transportasi dewasa ini semakin pesat, maka perusahaan mengalami persaingan antara angkutan jasa dalam mendapatkan penumpang. Persaingan diantara pelaku usaha, pelaku usaha akan berusaha menciptakan, mengemas serta memasarkan produk yang dimiliki baik barang/jasa sebaik mungkin agar diminati dan dibeli oleh konsumen.²

Dengan semakin pesatnya pertumbuhan ekonomi maka semakin kompleks pula kebutuhan manusia, secara tidak langsung manusia mempunyai pola perilaku untuk memenuhi kebutuhan yang relatif sama antara satu dengan yang lainnya walaupun tidak persis. Proses yang berulang dari pemenuhan kebutuhan ini menjadikan manusia mengidentifikasi, mengklasifikasi, dan meverifikasi pola perilaku yang lebih untuk memenuhi kebutuhannya.

Semua manusia mempunyai kabutuhan yang beragam, dan kebutuhan ini harus dipenuhi, yaitu berupa kebutuhan sandang, pangan dan papan mulai dari bentuk sederhana, sampai bentuk yang mewah, canggih dan sangat mahal

²Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2010), h.1

dengan segala perlengkapannya.³ Sehingga ada yang kaya dan ada yang miskin, ini semua menjadi cobaan bagi orang-orang yang menerimanya. Dalam Al-Qur'an Allah SWT berfirman yang berbunyi:

﴿لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنسَانَ فِي أَحْسَنِ تَقْوِيمٍ ثُمَّ رَدَدْنَاهُ أَسْفَلَ سَافِلِينَ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ فَلَهُمْ أَجْرٌ غَيْرُ مَمْنُونٍ﴾
 ﴿وَمَا جَعَلْنَا الْفَلَاحَ وَالشَّرَّاحَ إِلَّا جُجُوجًا وَمَجْجُوجًا﴾
 ﴿وَمَا جَعَلْنَا الْفَلَاحَ وَالشَّرَّاحَ إِلَّا جُجُوجًا وَمَجْجُوجًا﴾
 ﴿وَمَا جَعَلْنَا الْفَلَاحَ وَالشَّرَّاحَ إِلَّا جُجُوجًا وَمَجْجُوجًا﴾
 ﴿وَمَا جَعَلْنَا الْفَلَاحَ وَالشَّرَّاحَ إِلَّا جُجُوجًا وَمَجْجُوجًا﴾
 ﴿وَمَا جَعَلْنَا الْفَلَاحَ وَالشَّرَّاحَ إِلَّا جُجُوجًا وَمَجْجُوجًا﴾
 ﴿وَمَا جَعَلْنَا الْفَلَاحَ وَالشَّرَّاحَ إِلَّا جُجُوجًا وَمَجْجُوجًا﴾
 ﴿وَمَا جَعَلْنَا الْفَلَاحَ وَالشَّرَّاحَ إِلَّا جُجُوجًا وَمَجْجُوجًا﴾

Artinya: “*Sesungguhnya telah kami muliakan anak-anak adam, kami angkat mereka di daratan dan di lautan, kami beri mereka rizki yang baik-baik dan kami lebihkan mereka dari pada kebanyakan makhluk yang kami ciptakan dengan kelebihan yang sempurna*” (Q.S Al-Isra:70).⁴

Perusahaan akan sehat jika dikembangkan dengan nilai-nilai sehat yang bersumber dari agama, nilai-nilai itu dapat berupa nilai keikhlasan, kebersamaan, dan pengorbanan.⁵

Dalam Undang-Undang No. 5 tahun 1999 menjelaskan tentang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat atau Undang-Undang yang berasaskan demokrasi ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum

³Buchari Alma, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2003), Cet. Ke-3, h. 93

⁴Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, (Surabaya: CV. Pustaka Agung Harapan, 2006), Cet. Ke-1, h. 394

⁵Didin Hafidhuddin Dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah Dalam Praktik*, (Jakarta: Gema Insan, 2003), h. 30

tersebut mempunyai peranan yang sangat penting dan strategis dalam mewujudkan iklim persaingan usaha yang sehat di Indonesia.⁶

Dalam Agama pun kita dianjurkan untuk saling mempererat tali silaturahmi, itulah keuntungan yang kekal dan takkan pernah hilang. Firman Allah yang berbunyi:



Artinya : *“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran, Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa Nya”*. (Q.S Al-Maidah ayat 2).⁷

Penyedia Jasa Kewajibannya antara lain adalah Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa serta memberi penjelasan mengenai penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan, Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur, tidak diskriminatif, Menjamin mutu barang atau jasa, Memberi kesempatan kepada konsumen untuk mencoba barang atau jasa tertentu serta memberi jaminan atas barang yang dihasilkan atau diperdagangkan, Memberikan kompensasi ganti rugi atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan pemakaian dan pemanfaatan

⁶Hermansyah, *Pokok-pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), h. 13

⁷Departemen Agama RI, *Op.cit.*, h. 106

barang atau jasa yang diperdagangkan, Memberikan kompensasi ganti rugi dan penggantian apabila barang dan jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.⁸ dan Di dukung oleh system administrasi yang memadai.⁹

Dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang hukum perlindungan konsumen disebutkan adanya Badan Perlindungan Konsumen Nasional. Badan ini terdiri atas 15 orang sampai dengan 25 orang anggota yang mewakili unsur: Pemerintah, Pelaku Usaha, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, akademisi, dan tenaga ahli. Masa jabatan mereka adalah 3 tahun, dan dapat diangkat kembali untuk 1 kali masa jabatan berikutnya.¹⁰

Diambil sebagai contoh CV. Indah Travel Executive Pekanbaru Jl. MR.S. Amin-Arengka II Simpang SPBU. Perkembangan semakin meningkat. Salah satu upaya yang dilakukan oleh CV. Indah Travel Executive Pekanbaru untuk merekrut konsumen dengan berbagai cara mulai dengan antar jemput alamat, memberikan sarana dan fasilitas, harga yang bersaing, melayani dengan sepenuh hati.¹¹

Perusahaan CV. Indah Travel Executive Pekanbaru berkembang dan penumpangnya semakin banyak, namun dalam perkembangan dunia bisnis

⁸Indri, Titik Triwulan Tutik, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, (Jakarta: Indonesia, 2008), h. 95-96

⁹Dahlan Siamat, *Manajemen Lembaga Keuangan*, (Jakarta: Fakultas Ekonomi UI, 2005), Cet. Ke-V, h. 24

¹⁰Celina Tri Siwi kristiyani, *Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), h. 118

¹¹Arizal Azis, (Manajer), *Wawancara*, di Pekanbaru, Kamis, 10 November 2011

sekarang ini pasti senantiasa di hadapkan dengan berbagai resiko, seperti resiko operasional, dan resiko reputasi. ada beberapa hal yang menjadi kendala dari pihak manajemen itu sendiri salah satunya adalah banyaknya angkutan jasa lain yang sejenis untuk bersaing.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan kemudian mengangkatnya dalam bentuk skripsi dengan judul: ***“UPAYA CV. INDAH TRAVEL EXECUTIVE PEKANBARU MEREKRUT PENUMPANG MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM“***.

B. Batasan Masalah

Mengingat banyaknya masalah yang diteliti serta terbatasnya kemampuan, waktu dan dana yang tersedia maka penulis membatasi permasalahan dengan memfokuskan Upaya CV. Indah Travel Executive Pekanbaru dalam merekrut penumpang dan faktor-faktor yang mempengaruhi penumpang untuk menggunakan angkutan jasa CV. Indah Travel Executive Pekanbaru, dan Upaya CV. Indah Travel Executive Pekanbaru merekrut penumpang menurut Perspektif Ekonomi Islam.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang diuraikan diatas, maka permasalahan yang di bahas dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana upaya yang dilakukan oleh CV. Indah Travel Executive Pekanbaru dalam merekrut penumpang?
2. Faktor-faktor pendukung dan penghambat pada CV. Indah Travel Executive Pekanbaru?
3. Bagaimana upaya merekrut penumpang pada CV. Indah Travel Executive Pekanbaru menurut Perspektif Ekonomi Islam?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mengetahui bagaimana upaya CV. Indah Travel Executive Pekanbaru dalam merekrut penumpang.
 - b. Untuk mengetahui apakah faktor-faktor pendukung dan penghambat pada CV. Indah Travel Executive Pekanbaru.
 - c. Bagaimana upaya merekrut penumpang pada CV. Indah Travel Executive Pekanbaru menurut Perspektif Ekonomi Islam.
2. Kegunaan Penelitian
 - a. Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
 - b. Memberikan sumbangan pemikiran dan informasi bagi para pembaca, khususnya bagi penulis.
 - c. Demi majunya CV. Indah Travel Executive Pekanbaru.
 - d. Menambah pengetahuan sebagai bahan rujukan dan menambah khazanah perpustakaan.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini bersifat lapangan (*Field Research*) yang mengambil lokasi pada CV. Indah Travel Executive Pekanbaru Lokasi nya Jl. MR.S. Amin-Arengka II Simpang SPBU ini dipilih karna mudah dijangkau oleh penulis untuk mengumpulkan data yang diperlukan.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah pihak manajemen CV. Indah Travel Executive Pekanbaru. Dan objek penelitiannya tentang pelayanan pada CV. Indah Travel Executive Pekanbaru.

3. Populasi dan Sampel

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pihak manajemen CV. Indah Travel Executive Pekanbaru sebanyak 9 orang. Dikarnakan jumlah populasi sedikit maka seluruh populasi dijadikan sampel dengan menggunakan metode *Total Sampling*.

4. Sumber Data

- a. Data Primer yaitu data yang langsung diperoleh dari sampel yang dijadikan responden penelitian.
- b. Data Sekunder yaitu data dan informasi yang diperoleh dari pihak-pihak yang terkait melalui dokumentasi, buku-buku referensi dan yang berhubungan dengan penelitian ini.

5. Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan kualitas data yang valid maka metode pengumpulan data yang penulis gunakan adalah sebagai berikut:

- a. Observasi yaitu mengamati dan meninjau secara langsung lapangan dengan melakukan pencatatan yang sistematis terhadap fenomena-fenomena yang diteliti.
- b. Wawancara yaitu mengadakan tanya jawab secara langsung kepada pihak manajemen guna mendapatkan data yang berhubungan dengan penelitian dengan menggunakan sistem wawancara terbuka.
- c. Pustaka Yaitu dengan menelaah literatur yang ada kaitannya dengan penelitian ini, yang diteliti secara cermat sebagai bahan untuk menyelesaikan permasalahan yang dibahas.

6. Metode Analisa Data

Setelah memperoleh data maka penulis analisa dengan menggunakan metode analisa deskriptif kualitatif. Metode kualitatif adalah jalan mengklasifikasikan data-data kedalam kategori persamaan jenis data itu, kemudian diuraikan sedemikian rupa sehingga diperoleh gambaran lengkap dengan masalah yang diteliti.

7. Metode Penulisan

a. Induktif

Yaitu penulis mengemukakan fakta-fakta yang bersifat khusus, dianalisa kemudian diambil kesimpulan secara umum.

b. Deskriptif

Yaitu dengan menggambarkan fenomena yang terjadi di tempat penelitian.

F. Sistematika Penulisan

Untuk lebih terarahnya penulisan karya ilmiah ini, maka penulis mengemukakan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Yang memuat latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, metode penelitian membahas tentang lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, populasi dan sampel, sumber data, metode pengumpulan data, metode analisa data, metode penulisan dan sistematika penulisan.

BAB II : Gambaran Umum Perusahaan

Dalam bab ini berisi tentang sejarah CV. Indah Travel Executive Pekanbaru, visi dan misi CV. Indah Travel Executive Pekanbaru, struktur organisasinya dan aktivitas organisasi.

BAB III : Jasa dalam Ekonomi Islam

Dalam bab ini menjelaskan pengertian Ijarah, Rukun dan Syarat, pengertian pelayanan.

BAB IV :Upaya CV. Indah Travel Executive Pekanbaru Merekrut Penumpang Menurut Perspektif Ekonomi Islam.

Bab ini menjelaskan tentang Upaya CV. Indah Travel Executive Pekanbaru Dalam Merekrut Penumpang, Faktor-Faktor pendukung dan penghambat pada CV. Indah Travel Executive Pekanbaru, serta bagaimana Upaya Merekrut Penumpang pada CV. Indah Travel Executive Pekanbaru menurut Perpektif Ekonomi Islam.

BAB V : Kesimpulan dan Saran

Yang mana dalam bab ini diuraikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran.

DAFTAR PUSTAKA

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Singkat CV. Indah Travel Executive Pekanbaru

Seiring dengan perkembangan zaman, maka berkembang pula kebutuhan manusia. Pada saat ini kebutuhan manusia semakin meningkat, yaitu tidak hanya berupa kebutuhan primer saja tetapi juga kebutuhan lainnya. Salah satunya kebutuhan sektor jasa khususnya sarana transportasi, seperti angkutan jasa yang berguna untuk melayani kebutuhan masyarakat.

Pekanbaru merupakan pintu gerbang bagi kemajuan dan perkembangan daerah Provinsi Riau, sehingga dengan predikat itu kota Pekanbaru terus meningkatkan eksistensinya sebagai pusat dari berbagai kegiatan baik penyelenggaraan pemerintahan, pembangunan, pusat pendidikan maupun industri dan perdagangan. Tidak mengherankan di Kota Pekanbaru terdapat berbagai perusahaan yang bergerak disektor swasta dengan memanfaatkan peluang bisnis yang ada.

Salah satu Perusahaan yang diambil bagian dalam peluang bisnis yaitu CV. Indah Travel Executive Pekanbaru merupakan sebuah perusahaan kecil yang bergerak dalam bidang transportasi angkutan jasa yang belum mempunyai Badan Hukum. Yang mulai dirintis oleh Bapak Arisal Aziz pada tahun 2000, Perusahaan ini berlokasi di Jl. Pangeran Hidayat No. 2 Pekanbaru, Sukaramai/Pekanbaru Kota. Perusahaan tersebut berkembang dengan sangat pesat di beberapa Propinsi seperti, Riau, Sumatra Barat, Jambi sampai ke

Sumatra Utara disamping membawa penumpang ada juga yang menitipkan barang ke Perusahaan CV. Indah Travel Executive Pekanbaru.

Setelah dilihat dari prospek perusahaan untuk maju cukup besar, maka perusahaan jasa pengangkutan ekspedisi ini dapat berkembang lagi dan untuk mematuhi peraturan perundang-undangan, dengan SIUP Nomor 1256 / Dinas 04.01/ USDAG / x / 2005. Sedangkan SITU nya adalah No. 940/A/KPT/WK-2006. Yang berbentuk terbuka karena setiap orang yang mempunyai modal berupa mobil bisa bergabung didalam perusahaan ini.¹³

Karena semakin banyak barang titipan yang dibawa oleh CV. Indah Travel Executive Pekanbaru, perusahaan ini disarankan agar membuka Perusahaan berbentuk Perseroan Terbatas (PT) dengan izin khusus untuk Jasa titipan barang. Dan pada tahun 2007 maka berdirilah Perusahaan PT.Indah Cargo yang telah memiliki izin usaha baru berupa usaha biro, perjalanan indah tour yang melayani tiket pesawat kebeberapa Negara tujuan. Pada saat itu keadaan Keuangan saya masih sulit tidak ada modal untuk membeli Mobil khusus angkutan barang, dengan meminjam kesana kemari akhirnya dapat juga saya membeli sebuah Mobil Box khusus angkutan barang.

Sejak berdirinya Indah Cargo maka Indah Travel pindah lokasi di Jl. MR.S Amin-Arengka II Simpang SPBU. Untuk perizinan CV. Indah Travel Pekanbaru sudah mengantongi izin dari untuk jasa angkutan antar Kota, antar Provinsi, antar Kota dalam Provinsi, angkutan sewa, plus penitipan jasa.

¹³Dokumentasi CV. Indah Travel Executive Pekanbaru

Perusahaan ini memiliki perwakilan-perwakilan antara lain di Pekanbaru sebagai kantor pusat, dan didalam melaksanakan tugasnya CV. Indah Travel Executive Pekanbaru selalu berusaha untuk menjadi mitra yang dapat diandalkan oleh para relasi bisnis dan dapat dipercaya oleh masyarakat.

Kehadiran CV. Indah Travel Executive Pekanbaru sangat dirasakan manfaatnya oleh masyarakat Pekanbaru. Dengan perkataan lain, CV. Indah Travel Executive Pekanbaru turut mendukung upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat dalam aspek jasa transportasi dan perusahaan ini mendapatkan tanggapan yang positif dari konsumen-konsumennya.

Adapun maksud dan tujuan didirikannya perusahaan ini adalah:

1. Menjalankan usaha dibidang jasa transportasi.
2. Menjalankan segala aktivitas yang sesuai dengan maksud dan tujuan perusahaan dan malakukan kegiatan-kegiatan dalam arti kata seluas-luasnya, orang-orang atau badan hukum lain, dengan cara dan bentuk yang sesuai dengan keperluan, dengan tidak mengurangi peraturan perundang-undangan yang berlaku.

B. Visi dan Misi CV. Indah Travel Executive Pekanbaru

Suatu perusahaan apabila ingin menjadi sukses mereka harus menentukan visi dan misi dalam menjalankan suatu usahanya tersebut agar menjadi terarah dengan baik. Visi dan misi tersebut merupakan hal yang membuat suatu perusahaan menjadi lebih fokus dalam melakukan suatu hal tertentu. Visi yang jelas membuat perusahaan dapat melihat kedepan. Misi

yang jelas membuat perusahaan kongkret dalam mengejar misi yang mereka miliki.

Perusahaan akan menemui berbagai situasi yang tidak sesuai dengan rencana mereka. Tetapi visi harus cukup fleksibel untuk dapat mengikuti keadaan yang tidak menentu. Dan penetapan misi sangat penting sebab dengan semua itu perusahaan dapat menentukan apa-apa yang harus dikerjakan supaya target yang diinginkan dapat tercapai.

Dalam melaksanakan kegiatannya sehari-hari untuk menjalankan usahanya dibidang transportasi CV. Indah Travel Executive Pekanbaru mempunyai visi dan misi yang nantinya akan digunakan sebagai acuan dalam mengembangkan usaha tersebut.

1. Visi CV. Indah Travel Executive Pekanbaru adalah:

“Menjadi perusahaan terbesar dan terdepan di Indonesia, sebagai perusahaan jasa”.

2. Misi CV. Indah Travel Executive Pekanbaru adalah:

- a. Meningkatkan taraf hidup keluarga dan memberi solusi kepada masyarakat”
- b. Memenuhi kebutuhan pelanggan dengan antar jemput alamat " Door to Door Cepat, Tepat, Aman, dan Terpercaya.
- c. Mengedepankan kepuasan pelanggan, memberikan pelayanan Untuk itulah kami selalu melakukan perbaikan terus menerus.

Dengan memiliki Visi dan Misi yang jelas, CV. Indah Travel Executive Pekanbaru diharapkan dapat mewujudkan dan dapat membantu perkembangan perekonomian masyarakat.

Motto

a. Karena Anda Kami Ada

C. Struktur Organisasi CV. Indah Travel Executive Pekanbaru

Struktur organisasi mempunyai peranan dan fungsi yang sangat penting baik dalam perusahaan atau lembaga dan institut lainnya, karena tanpa adanya struktur organisasi secara sistematis dan baik, maka akan sulitlah bagi suatu perusahaan untuk menjalankan segala aktivitas secara terarah dan teratur dalam pencapaian tujuan-tujuannya. Sedangkan manfaat penting lain yang tergantung dari suatu struktur organisasi yang baik adalah sebagai alat untuk memperjelas tugas dan tanggung jawab masing-masing orang yang menduduki suatu jabatan dan mencapai kerja sama atau koordinasi sesama anggota organisasi.

Organisasi di bentuk untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu. Agar tujuan yang telah diterapkan tercapai, diperlukan suatu struktur organisasi yang mencerminkan tugas dan wewenang didalam suatu organisasi. Dengan pembagian tugas dengan wewenang yang jelas, organisasi akan dapat mengalokasikan berbagai sumber daya yang dimiliki untuk mencapai tujuan organisasi.

Untuk mencapai tujuan organisasi maka suatu perusahaan harus mengetahui stuktur organisasi yang baik dapat memberikan *Staffing* yang

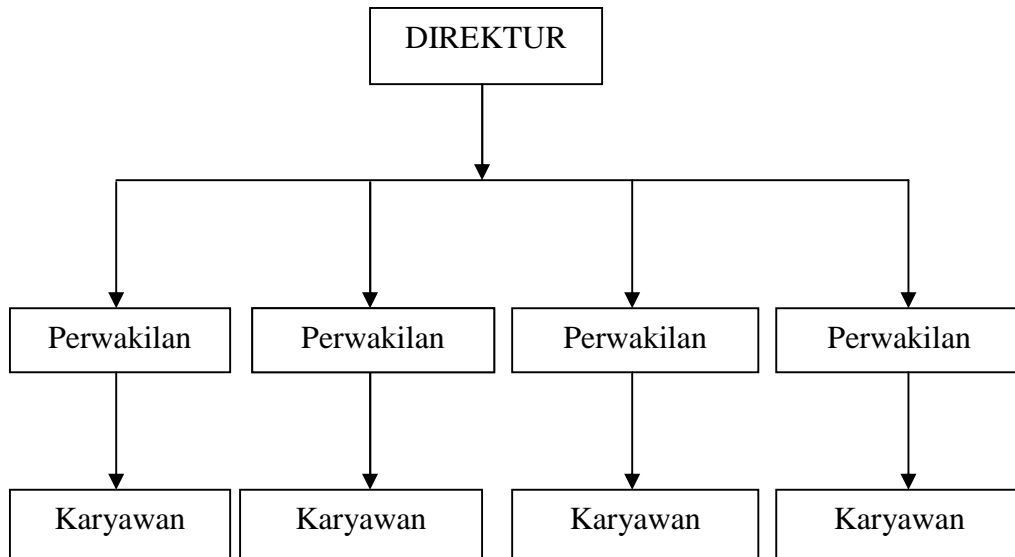
baik. Memberikan *directing* yang baik pula sehingga disini akan memudahkan untuk melakukan *contolling*. *Controlling* ini diperlukan untuk melihat *budgeting* (anggaran) ini merupakan suatu laporan yang kemudian dilaporkan kepada pimpinan. Struktur organisasi yang baik juga haruslah memenuhi syarat efektif dan efisien. Suatu organisasi yang efektif adalah jika memungkinkan setiap individu mencapai sasaran organisasi.

Dalam menetapkan struktur organisasi pada masing-masing perusahaan berbeda satu dengan yang lainnya karena disesuaikan dengan kondisi atau type dari garis wewenang yang ditetapkan dari suatu perusahaan. Untuk memberikan suatu wewenang secara efektif dalam perusahaan maka semua harus ada pembagian tugas atau pekerjaan pada masing-masing individu yang saling berhubungan antara satu dengan yang lainnya.

Penggunaan bentuk struktur organisasi bertujuan untuk memudahkan kesatuan komando dalam pemberian tugas kepada bawahan. Wewenang dari pimpinan dilimpahkan langsung kepada satuan-satuan bawahannya dalam segala bidang pekerjaan dan langsung mengawasi satuan-satuan organisasi tersebut.

Dengan mengetahui tugas, wewenang dan tanggung jawab masing-masing, maka proses pelaksanaan tugas dan pekerjaan akan berjalan dengan lancar sehingga akan mempermudah dalam mencapai suatu tujuan perusahaan. Untuk lebih jelasnya mengenai struktur organisasi CV. Indah Travel Executive Pekanbaru dapat dilihat pada gambar berikut:

STRUKTUR ORGANISASI



Sumber : CV. Indah Travel Executive Pekanbaru

1. Direktur

Merupakan pimpinan dalam pelaksanaan kegiatan umum perusahaan yang tugasnya meliputi perencanaan, koordinasi, pengarahan, evaluasi dan pengendalian terhadap jalannya perusahaan. Direksi juga dalam melakukan perencanaan yang strategis. dalam jangka panjang dan memegang peranan penting didalam perusahaan agar apa yang telah direncanakan dapat terlaksana dan sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

Semua informasi yang dibutuhkan direksi diperoleh dari bawahannya yaitu perwakilan yang lebih banyak melayani pihak luar, yaitu dalam melakukan transaksi.

2. Perwakilan

Perwakilan merupakan pimpinan pelaksana harian dibawah direksi tetapi lebih menentukandalam pelaksanaan harian karena ia berhubungan langsung dengan bawahannya. Perwakilan melakukan pengendalian atas tindakan yang dilakukan oleh karyawannya atau kegiatan operasional dan perencanaan/pengawasan atas semua kegiatan usaha perusahaan secara mendekati dan menyeluruh serta mempertanggung jawabkan kepada direksi.

3. Karyawan¹⁴

Karyawan mempunyai tugas tugas yang sudah ditentukan oleh atasannya atau yang mengatur. Karyawan tinggal melaksanakan hal yang diinstruksikan atau kadang juga bisa mengekspresikan kreatifitasnya sepanjang hal itu baik dan tidak menentang instruksi atasannya. Kecepatan, ketepatan, ketelitian dan kerapihan merupakan hal yang harus diperhatikan bagi seorang karyawan, karena hal itu menentukan penilaian atasan atas diri seorang karyawan. Masalah yang sering menjadi perhatian adalah ketepatan waktu, banyak perusahaan yang sangat ketat menerapkan disiplin waktu.

D. Aktivitas CV. Indah Travel Executive Pekanbaru

CV. Indah Travel Executive Pekanbaru sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa angkutan darat yang memiliki kelas executive. CV. Indah Travel Executive Pekanbaru didalam memasarkan produk, yang

¹⁴Meldawati, *Wawancara*, Sabtu, Tanggal 18-02-2012

mempunyai kegiatan yang bermula dari pemasangan iklan dan promosi serta penerimaan keberangkatan sampai melakukan transportasi penumpang ke daerah tujuan tiketnya. Kegiatan ini merupakan rutinitas didalam melayani konsumen pengguna jasa angkutan CV. Indah Travel Executive Pekanbaru yang bertujuan memberikan suatu keputusan yang berasal dari kualitas dan pelayanan produk yang baik.

Produk merupakan sesuatu yang ditawarkan pada suatu pasar untuk mendapatkan perhatian dari konsumen untuk dimiliki dan digunakan serta bisa memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen. Produk itu harus sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen untuk menghindari penipuan, produk yang baik itu adalah produk yang berkualitas tinggi.

Untuk mencapai tujuan inilah maka CV. Indah Travel Executive Pekanbaru dalam memasarkan produknya mempunyai strategi pemasaran tertentu. Pada saat ini untuk memenuhi permintaan konsumennya CV. Indah Travel Executive Pekanbaru menetapkan kebijaksanaan produk dimana kualitas produk yang baik dan dapat menciptakan kepuasan konsumen merupakan yang paling efektif untuk mencapai laba.

CV. Indah Travel Executive Pekanbaru mengalami kemajuan dan mempunyai keteraturan-keteraturan yaitu:

1. Barang-barang yang dibawa maksimal 10 kg, tidak dikenakan biaya bagasi.
2. Barang yang hilang dan rusak/tertetukar resiko penumpang.
3. Pengunduran keberangkatan, dipotong 50% dari harga tiket.

4. Penumpang hadir 1 jam sebelum mobil berangkat.
5. Jika mobil rusak pemberangkatan dibatalkan, uang tiket dikembalikan.
6. Dilarang membawa barang-barang yang dilarang pemerintah.
7. Penumpang diantar batas antaran \pm 5 km dari pusat Kota.
8. Jika keberangkatan dibatalkan harus dilaporkan 3 jam sebelum keberangkatan.
9. Barang-barang yang berharga, seperti perhiasan emas, uang tunai dan surat-surat berharga, harap dijaga sendiri, jika hilang tidak menjadi tanggungan perusahaan.
10. Penumpang yang sedikit, mobil tetap akan berangkat.

Dalam memasarkan dan meningkatkan kualitas dan upayanya, Perusahaan memberikan trip keberangkatan antara lain:

1. Trip I jam 08.00 pagi
2. Trip II jam 10.00 pagi
3. Trip III jam 14.00 siang
4. Trip IV jam 17.00 sore
5. Trip V jam 21.00 malam

Jalur keberangkatan di CV. Indah Travel Executive Pekanbaru:

1. Rengat
2. Tembilahan
3. Padang Sidempuan(TAPSEL)
4. Sibolga
5. Jambi

6. Pekanbaru
7. Padang
8. Duri
9. Bagan Batu

Perusahaan ini memiliki kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), *opportunities* (kesempatan), *threats* (tantangan). Kekuatan dapat menjadi sumber potensial yang dapat dimanfaatkan menjadi sebuah keunggulan bagi perusahaan dan kelemahan perusahaan menjadi sebuah hal yang baik, karena dapat memotivasi perusahaan untuk senantiasa mengurangi kelemahan tersebut agar menjadi lebih baik lagi. Begitu pula, segala macam peluang dan tantangan yang ada diluar perusahaan dicoba untuk diketahui sejak dini kemudian dijadikan sebagai masukan bagi perusahaan demi kemajuan perusahaan tersebut. Dalam hal lembaga keuangan mikro syariah, analisis SWOT juga relevan sebagai alat untuk membaca sebuah kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan yang ada disekitarnya.¹⁵

¹⁵Euis Amalia, *keadilan Distributif Dalam Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2009) h. 214-215

BAB III

JASA DALAM EKONOMI ISLAM

A. Pengertian Ijarah

Ijarah adalah akad pemindahan hak guna atas barang dan jasa, melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang itu sendiri.¹⁵

Ijarah akad pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang atau jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa/upah, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri.¹⁶

Menurut Sayyid Sabiq, *Ijarah* adalah suatu jenis akad yang mengambil manfaat dengan jalan penggantian.¹⁷

Dengan demikian pada hakikatnya *ijarah* adalah penjualan manfaat yaitu pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang dan jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa/upah tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri. Akad *ijarah* tidak ada perubahan kepemilikan tetapi hanya perpindahan hak guna saja dari yang menyewakan kepada penyewa.

Ijarah sebagai suatu transaksi yang sifatnya saling tolong menolong mempunyai landasan yang kuat dalam al-Qur'an dan Hadits.

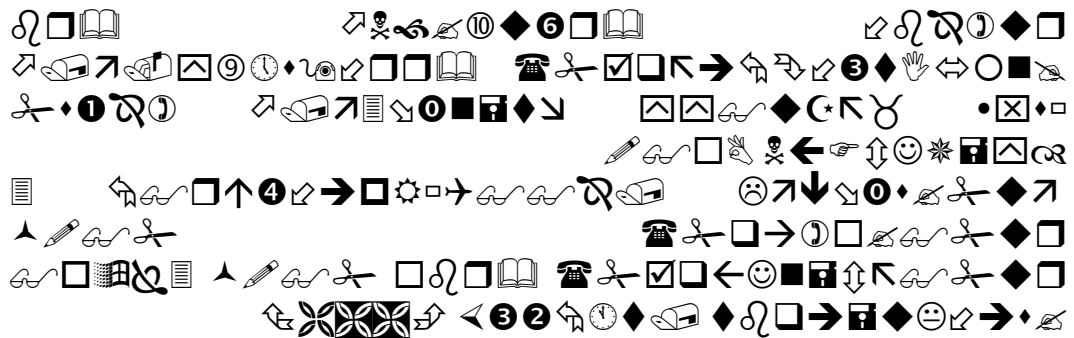
Adapun yang menjadi dasar hukum *ijarah* adalah:

¹⁵Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), h. 117

¹⁶Adiwarman Karim, *Bank Islam*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo, 2010), Cet. Ke-4, h. 138

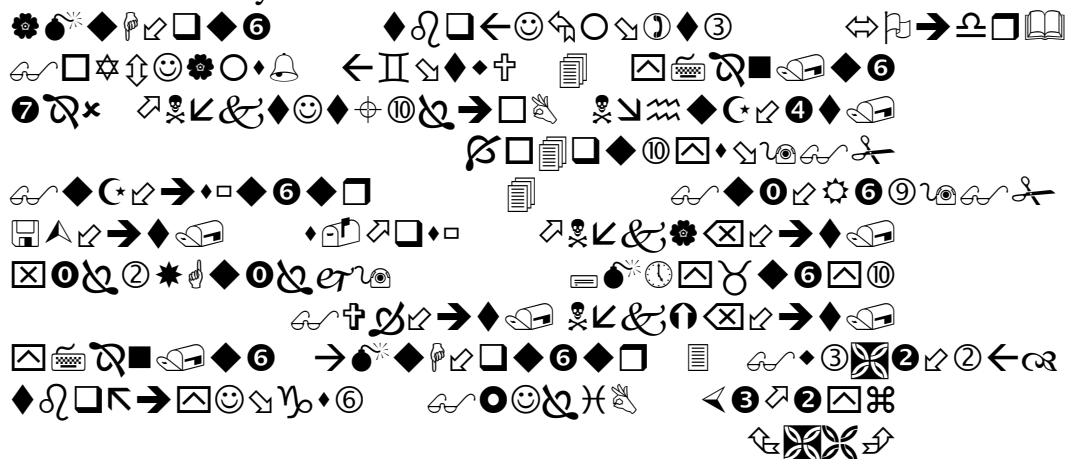
¹⁷Sayyid Sabiq, *Fiqh al-Sunnah Jilid 3*, Dar al-Kitab al-Araby, Beirut, 1983, hal. 177

Q.S Al-Baqarah: 233



Artinya: “Dan jika kamu ingin anakmu disusukan oleh orang lain, Maka tidak ada dosa bagimu apabila kamu memberikan pembayaran menurut yang patut. bertakwalah kamu kepada Allah dan Ketahuilah bahwa Allah Maha melihat apa yang kamu kerjakan”(Q.S Al-Baqarah: 233).

Al-Zukhruf ayat 32



Artinya: “Apakah mereka yang membagi-bagi rahmat Tuhanmu? kami Telah menentukan antara mereka penghidupan mereka dalam kehidupan dunia, dan kami Telah meninggikan sebahagian mereka atas sebagian yang lain beberapa derajat, agar sebagian mereka dapat mempergunakan sebagian yang lain. dan rahmat Tuhanmu lebih baik dari apa yang mereka kumpulkan”(Q.S Al-Zukhruf ayat 32).¹⁸

B. Rukun dan Syarat

¹⁸ Departemen Agama RI, *Op.cit.*, h. 244

Rukun Ijarah yaitu:

1. Yang menyewakan (mukjir).
2. Penyewa (mustakjir).
3. Manfaat barang sewa yang dinikmati penyewa (objek).
4. Harga sewa (upah yang diterima oleh yang menyewakan).

Syarat-syarat Ijarah yaitu:

1. Yang menyewakan dan penyewa ialah thamyiz (kira-kira berumur 7 tahun), berkalah sehat dan tidak ditaruh dibawah pengampunan.
2. Yang menyewakan adalah pemilik barang sewa, walinya atau orang yang menerima wasiat (washiy) untuk bertindak sebagai wali.
3. Ada kerelaan kedua belah pihak yang menyewakan dan penyewa yang digambarkan pada adanya ijab kabul.
4. Yang disewakan ditentukan barang atau sifat-sifatnya.
5. Manfaat yang dimaksud bukan hal yang dilarang syara'.
6. Berapa lama waktu menikmati manfaat barang sewa harus jelas.
7. Harga sewa yang harus dibayar bila berupa uang ditentukan berapa besarnya, dan bila berupa hal lain ditentukan berapa kadarnya.¹⁹

C. Pengertian Pelayanan

Dalam merekrut penumpang dibidang jasa dari produk-produk perjalanan. Pelayanan akan sangat mendukung suksesnya suatu biro perjalanan. Karena pelayanan dianggap nilai tambah bagi penilaian serta pilihan yang langsung dipilih oleh konsumen.

¹⁹Syafii Jafri, *Fiqh Muamalah*, (Pekanbaru: Suska Press, 2008), h. 133

Pelayanan adalah tindakan-tindakan yang dikatakan atau dikerjakan untuk menyenangkan, memberi petunjuk atau memberi keuntungan kepada pembeli, dengan tujuan menciptakan good-will, penambahan penjualan dan perbaikan kedudukan.²⁰

Pelayanan meliputi segala yang membuat langganan merasa senang dan tertarik kepada perusahaan yang bersangkutan.²¹

Jadi pelayanan merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Jasa merupakan benda yang tidak berwujud, dapat dipakai sebuah pelayanan adalah sebuah fungsi purna-jual yang diadakan oleh perusahaan supaya perusahaan unggul dalam persaingannya.

Untuk menggali persaingan perusahaan selain memperhatikan produk juga harus bisa mendiferensiasikan pelayanan, seperti pelayanan dalam hal berikut:

- a. Kemudahan pemasaran (Ordering Ease), yang mengacu seberapa mudah melakukan pemasaran perusahaan.
- b. Pengiriman (Delevery), yang mengacu pada seberapa baik jasa yang diserahkan kepada pelanggan.
- c. Pemasaran (Marketing) yang mengacu pada pekerjaan yang dilakukan untuk membuat suatu produk beroperasi pada lokasi yang direncanakan.

²⁰Herbert an Casson, *Petunjuk Praktis Dalam Berusaha*, (Surabaya-Indonesia: Usaha Nasional, 1981), h. 73

²¹Simorangkir, *Marketing* (Jakarta: Idhnil, 1997) cet. I h. 35

- d. Pelatihan pelanggan (Customer Training), yang pada pelatihan pegawai pelanggan untuk menggunakan peralatan dari penjualan secara tepat dan efisien.
- e. Konsultasi pelanggan (Customer Consulting), yang mengacu pada pelayanan data, system dan sasaran penjualan kepada pembeli.
- f. Pemeliharaan dan perbaikan (Maintenance and Repair), yang berupa program perusahaan untuk membantu pelanggan menjaga produk atau jasa yang mereka beli dalam kondisi kerja yang baik.
- g. pelayanan lain-lain, perusahaan dapat menemukan berbagai cara lain untuk memberikan penghargaan terhadap pelanggan yang loyal.²²

1. Faktor sarana pelayanan

- a. Mempercepat proses pelaksanaan pekerjaan, sehingga dapat menghemat waktu.
- b. Meningkatkan produktivitas, baik barang atau jasa.
- c. Kualitas produk yang lebih baik/terjamin.
- d. Ketepatan susunan dan stabilitas ukuran terjamin.
- e. Lebih mudah dan sederhana dalam gerak para pelakunya.
- f. Menimbulkan rasa kenyamanan bagi orang-orang yang berkepentingan.
- g. Menimbulkan perasaan puas pada orang-orang yang berkepentingan sehingga dapat mengurangi sifat emosional mereka.²³

2. Bentuk Layanan

- a. Layanan dengan lisan

²²Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prehallindo, 2002), h. 333

²³Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2006), h. 119

Layanan dengan lisan dilakukan oleh petugas-petugas di bidang hubungann masyarakat (HUMAS), bidang layanan informasi dan bidang-bidang lain yang tugasnya memberikan penjelasan atau keterangan kepada siapapun yang memerlukan. Agar supaya layanan lisan berhasil sesuai dengan yang diharapkan, ada syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh pelaku layanan, yaitu:

1. Memahami benar masala-masalah yang termasuk dalam bidang tugasnya.
2. Mampu memberikan penjelasan apa yang perlu dengan lancar, singkat tetapi cukup jelas sehingga memuaskan bagi mereka yang ingin memperoleh kejelasan mengenai sesuatu.
3. Bertingkah laku sopan dan ramah tamah.
4. Meski dalam keadaan sepi, atau tidak ngobrol dan tidak bercanda dengan teman, karena menimbulkan kesan tidak disiplin dan melalaikan tugasnya.
5. Tidak melayani orang-orang yang ingin sekedar ngobrol dengan cara yang sopan.

b. Layanan melalui tulisan

Layanan melalui tulisan ini merupakan bentuk layanan yang paling menonjol dalam melaksanakan tugas, tidak hanya dari segi jumlah tetapi juga dari segi perannya

1. Petunjuk berbentuk tulisan atau gambar sket/tanda.

2. Reaksi berbentuk tulisan.

c. Layanan berbentuk perbuatan.²⁴

Pada umumnya pelayanan dalam bentuk perbuatan 70/80% dilakukan oleh petugas-petugas tingkat menengah dan bawah.²⁵

3. Strategi Pelayanan yaitu:

a. Pelayanan materi

Produk harus dapat diandalkan dan dapat melakukan apa yang dispesifikasikan rapan untuk dilakukan, lingkungan harus mencerminkan mutu organisasi jalan meliputi: Distribusi, Penjadwalan, Kerja Akuntansi dan Komputer.

b. Pelayanan Pribadi

Penyatuan dan ahli karyawan sangat penting bagi kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan staf yang mempunyai hubungan langsung dengan pelanggan.

Sehubungan dengan peran pelayanan yang sangat penting dalam mempengaruhi konsumen dalam *Service Excellence* yaitu pelayanan yang unggul. Yakni suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan.²⁶

²⁴*Ibid.*, h. 190-195

²⁵Moenir, Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia, (Jakarta: Bumi Aksara, 2000). Cet. ke-1, h. 191

²⁶Tjiptono, Fandi, dan Anastasia, Diana, *Total Quality Service*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2001), h. 16

BAB IV

UPAYA CV. INDAH TRAVEL EXECUTIVE PEKANBARU MEREKRUT PENUMPANG MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Dari seluruh data dan informasi yang telah penulis dapat, maka dalam uraian berikut ini dapatlah penulis kemukakan dari hasil penelitiannya dalam membahas Upaya CV. Indah Travel Executive Pekanbaru Merekrut Penumpang Menurut Perspektif Ekonomi Islam sebagai berikut:

A. Upaya Yang Dilakukan Oleh CV. Indah Travel Executive Pekanbaru Dalam Merekrut Penumpang

Zaman era globalisasi ditandai juga dengan kondisi lingkungan bisnis yang dinamis, lingkungan mengalami perubahan dengan cepat dan persaingan usaha juga menjadi semakin ketat. Untuk menghadapi hal itu, maka suatu usaha bisnis perlu suatu strategi bersaing untuk menenangkan persaingan agar kelangsungan hidup usaha tetap terjamin. Penerapan strategi bersaing dengan tepat artinya sesuai dengan kondisi perusahaan, dan lingkungan yang dihadapi akan menjadikan perusahaan dapat bertahan dan memenangkan persaingan.⁴²

Pelanggan merupakan asset terbesar dan merupakan kunci utama untuk meraih sukses bagi suatu perusahaan, tanpa pelanggan maka suatu perusahaan tidak akan pernah ada. Alangkah efektifnya promosi yang dilaksanakan seandainya pelanggan yang diraih akan menjadi pelanggan tetap atau pelanggan loyal, usaha memperoleh pelanggan baru jauh lebih rumit

⁴²Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2007), h. 357

dibandingkan dengan usaha mempertahankan pelanggan. Hal ini terjadi karena diperlukan suatu usaha keras dan biaya yang banyak untuk membujuk pelanggan yang selama ini setia pada merek pesaing agar bersedia mencoba atau pindah pada merek yang ditawarkan perusahaan. Tidak sedikit dana yang diperlukan untuk menarik mereka menjadi pelanggan tetap.

Jangan pernah merasa bahwa pelanggan akan bergantung kepada kita, terlebih pada kondisi persaingan yang sangat ketat, tetapi sebenarnya kitalah yang tergantung pada mereka. bila hal ini dikaitkan dengan konsep pemasaran yang menyatakan bahwa laba hanya dicapai melalui kepuasan pelanggan, tidaklah mengherankan bahwa sebenarnya eksistensi sebuah perusahaan sangat ditentukan oleh pelanggan.

Banyak perusahaan yang bersaing dalam dunia usaha, persaingan dengan berbagai merek produk yang ditawarkan memberikan banyak alternatif kepada konsumen, konsumen bebas menentukan pilihan atas produk yang dirasakan memberikan kepuasan lebih tinggi. Dalam kenyataan tidaklah banyak perusahaan yang sadar akan pentingnya memberi pelayanan yang memuaskan pelanggan. walaupun kesadaran itu ada dan memiliki komitmen untuk mewujudkan keinginan tersebut, sering terjadi bahwa pelayanan yang baik dan memuaskan sangat jarang diperoleh pelanggan.

Dalam upaya memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan, Perusahaan ini berusaha membangun citra (*image*) dan identitas diri tertentu untuk mempengaruhi orang lain agar memiliki persepsi dan pandangan yang positif terhadap karakter, kepribadian, kemampuan, penampilan, maupun

penawaran yang disampaikan. Dengan menonjolkan kelebihan dan kekuatan yang mereka miliki.

Setelah penulis melakukan wawancara dengan karyawan CV. Indah Travel Executive Pekanbaru dapat diketahui bahwa ada beberapa usaha yang dilakukan oleh pihak perusahaan dalam upaya menarik minat konsumen, baik itu dalam meningkatkan pelayanan sehingga konsumen merasa nyaman, baik pada saat mencari informasi maupun setelah menjadi pelanggan. Adapun upaya yang dilakukan oleh pihak CV. Indah Travel Executive Pekanbaru dalam merekrut penumpang yaitu:⁴³

1. Promosi

Promosi merupakan upaya yang dilakukan oleh CV. Indah Travel Executive Pekanbaru sebagaimana untuk memberikan kesadaran tentang jasa kepada konsumen dengan memberikan informasi. Promosi juga merupakan cara bagaimana membuat para calon penumpang bisa menggunakan angkutan jasa, dan untuk bergabung di perusahaan ini.

Promosi dapat dikatakan sebagai sarana yang paling ampuh untuk menarik konsumen. Tujuan CV. Indah Travel Executive Pekanbaru dengan mengadakan promosi yaitu ingin mendapatkan pelanggan baru dan menjaga kesetiaan pelanggan, untuk memperoleh citra konsumen sesuai dengan yang diinginkan.

Perusahaan ini sebagai pelaku usaha Selain membangun kekuatan untuk menonjolkan nilai lebih mereka Selalu aktif mempromosikan yang

⁴³Misar Harahap, *Wawancara*, Jum'at 30-03-2012 pukul 09.00-11.00

semua berkaitan dengan perusahaan Contohnya saja dengan rutin membuat artikel di blog perusahaan, melalui sosial media seperti penerbitan koran.

Perekonomian yang modern dan tingkat persaingan yang tajam, maka salah satu cara untuk meningkatkan volume penjualan adalah memperkenalkan produk kepada pembeli dan meyakinkan untuk membeli atau menggunakannya, Sebagaimana kita ketahui tujuan dari perusahaan adalah menarik keuntungan atau laba semaksimal mungkin.

Promosi dipandang sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi agar melakukan pertukaran dalam pemasaran. Tujuan dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan.

Tanpa promosi tidak dapat diharapkan konsumen dapat mengenal CV. Indah Travel Executive Pekanbaru. Oleh karena itu, promosi dapat dikatakan sebagai sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan penumpang

Promosi yang dilakukan oleh CV. Indah Travel Executive Pekanbaru adalah sebagai berikut:

a. Iklan (*Advertising*)

Iklan merupakan sarana promosi yang digunakan oleh CV. Indah Travel Executive Pekanbaru untuk menginformasikan segala sesuatu yang berkaitan dengan barang maupun jasa yang dimiliki oleh CV. Indah Travel Executive Pekanbaru dibandingkan oleh pesaing

perusahaan yang lain. Tujuan promosi lewat iklan ini yaitu untuk mempengaruhi dan merekrut sejumlah besar pelanggan untuk dapat memanfaatkan produk atau jasa yang dimiliki oleh CV. Indah Travel Executive Pekanbaru. Alasan diadakan iklan oleh CV. Indah Travel Executive Pekanbaru yaitu untuk meningkatkan merek citra lembaga dan mengingatkan keberadaan produk kepada pelanggan.

Layanan iklan dapat mengenalkan produk kita kepada para konsumen, selain itu juga dapat membantu pembentukan image produk yang kita tawarkan. Sebaiknya gunakan iklan yang menarik dan mudah dimengerti oleh para konsumen sehingga Kemudahan promosi melalui iklan juga dapat dirasakan.

Dengan adanya iklan, maka akan ada yang mempengaruhi penumpang untuk menggunakan angkutan jasa CV. Indah Travel Executive Pekanbaru terhadap produk-produk yang mereka tawarkan. Jadi kegiatan iklan dapat dilakukan melalui media seperti:

1. Pemasangan spanduk dilokasi tertentu.
2. Menggunakan blog perusahaan
3. Menggunakan media seperti koran

CV. Indah Travel Executive Pekanbaru belangganan dengan koran MX dan koran RIAU

b. Promosi penjualan (*Sales Promotion*)

Adanya promosi penjualan dapat membantu meningkatkan penjualan dalam jangka waktu pendek, biasanya hanya selama

kegiatan tersebut diselenggarakan. Promosi penjualan yang ada pada CV. Indah Travel Executive Pekanbaru berupa memberikan gratis kepada para penumpang yang menggunakan angkutan jasa sebanyak 10X tempat dan tujuan yang sama mendapatkan 1 kali perjalanan gratis ditempat tujuan yang sama.

Untuk itu bagi perusahaan ini diharapkan tidak ada ketimpangan dalam pelayanan maupun pembagian gratisan terhadap penumpang. Dan agar penumpang tidak merasa dirugikan.

c. Penjualan perorangan (*Personal Selling*)

Penjualan perorangan bertujuan untuk memberikan keyakinan dan pengenalan produk yang lebih dalam kepada para konsumen. Jadi para konsumen memperoleh informasi produk lebih detail, sedangkan para pelaku usaha juga dapat mengetahui respon para konsumen secara langsung.

d. Hubungan masyarakat (*Public Relations*)

Setelah image produk tertanam di hati para konsumen, hal penting yang harus dijaga adalah hubungan baik antara konsumen dengan perusahaan. Hal itu untuk menjaga kepercayaan yang telah diberikan para konsumen untuk produk kita, dan untuk melindungi image perusahaan ataupun produk

2. Pelayanan penumpang

Berikan pelayanan secara efisien. Dengan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat sesuai dengan harapan konsumen, secara tidak langsung mampu mempengaruhi konsumen untuk kembali lagi menggunakan jasa yang kita tawarkan, Karena biasanya konsumen tidak suka jika menunggu terlalu lama pelayanan yang mereka harapkan.⁴⁴

Pelayanan merupakan salah satu kunci keberhasilan bagi berbagai usaha atau kegiatan dalam usaha tersebut. Peranannya akan lebih besar dan bersifat menentu manakala kegiatan-kegiatan jasa dimasyarakat itu terdapat kompetisi dalam usaha merebut pasaran atau langganan. Karna adanya hal tersebut menimbulkan dampak positif dalam organisasi atau perusahaan yaitu mereka bersaing dalam hal pelaksanaan layanan, melalui berbagai kata, tekhnik, dan metode yang dapat menarik orang lebih banyak lagi untuk memakai jasa yang dihasilkan perusahaan. Persaingan yang ada dalam masyarakat usaha tidak hanya pada segi mutu dan jumlah tetapi juga didalam hal layanan.⁴⁵

Untuk mengambil hati dan mempertahankan pelanggannya maka suatu perusahaan harus mengadakan pelayanan yang baik dan teratur. Hal tersebut perlu dilakukan oleh suatu perusahaan karena sikap pelanggan

⁴⁴<http://bisnisukm.com/strategi-tepat-pemasaran-jasa.html> sabtu 21-4-2012

⁴⁵Wawancara, Meri, Senin 02-04-2012 Pukul 09.00-11.00

adalah dinamis, jika pelanggan menyukai layanan jasa dari suatu perusahaan dan berhak menentukan pilihan yang cocok bagi mereka.⁴⁶

Sejalan dengan uraian diatas pelayanan pihak CV. Indah Travel Executive Pekanbaru yang diberikan kepada nasabah memiliki beberapa kreteria yaitu:

a. Menenal pelanggan

Pelanggan menjadi salah satu aset yang perlu diperhatikan keberadaannya. Tanpa adanya pelanggan, sebuah usaha atau bisnis tidak dapat berkembang dengan baik. Bahkan tidak sedikit pelaku usaha yang harus gulung tikar dan menutup usahanya, karena gagal menemukan pelanggan.

Dalam menenal pelanggan pihak CV. Indah Travel Executive Pekanbaru yang dilakukannya adalah:

1. Menciptakan kesan pertama yang menyenangkan

Dalam mengambil hati para konsumen, mereka melakukan dengan Senyum, dan Antusias pada setiap pelanggan yang datang. Dengan begitu kesan pertama yang diberikan kepada pelanggan akan tampak positif dan meninggalkan kesan tersendiri di hati para pelanggan, sehingga konsumen tidak ragu lagi dalam menggunakan angkutan jasa tersebut.

2. Memandang pelanggan sebagai orang penting

⁴⁶Soejitno, Irmin. Abdul Rochim, *Etika Perbankan*, (Jakarta: Batavia Press, 2004), Cet. Ke-1, h. 40

pelanggan adalah raja, CV. Indah Travel Executive Pekanbaru menganggap setiap pelanggan sebagai orang penting. Contohnya pihak perusahaan memberikan sarana kursi untuk menunggu sebelum keberangkatan Travel. Strategi tersebut akan membuat para pelanggan merasa dihargai, sehingga mereka tidak memiliki niat berpindah ke tempat lain.

3. Menjadi teman bagi para pelanggan

Salah satu strategi pemasaran yang wajib dilakukan yaitu menjadikan setiap konsumen sebagai teman dengan cara ramah. Prinsip ini merupakan salah satu cara untuk memudahkan dan membangun loyalitas konsumen, sehingga mereka merasa dekat dan tidak segan untuk berlangganan produk atau jasa yang ditawarkan.

4. Memberikan solusi bagi pelanggan

Pihak CV. Indah Travel Executive Pekanbaru selalu berusaha mencari solusi bagi masalah yang dihadapi pelanggannya. Karena mereka berusaha untuk tidak mengecewakan para pelanggan, dengan mencari solusi dalam menangani setiap komplain konsumen dengan baik dan dengan kepala dingin dalam menangani masalah tersebut. Dengan tujuan agar kekecewaan konsumen bisa terobati dan tidak menimbulkan permasalahan baru bagi perusahaan tersebut. Contohnya dalam masalah kehilangan barang yang disebabkan supir, karena berani memasukan penumpang di

tengah perjalanan. Perusahaan akan memberikan sanksi itu kepada supir karena sudah melanggar aturan angkutan Di perusahaan ini.

b. Mengetahui kebutuhan penumpang

Mengetahui kebutuhan penumpang merupakan cara CV. Indah Travel Executive Pekanbaru untuk mempertahankan konsumen untuk tidak mudah berpaling kepada perusahaan lain. konsumen bersikap pintar, cermat, efisien dan efektif dalam memilih produk yang diinginkan. Dengan adanya sikap itu, maka konsumen tidak akan kecewa dengan apa yang telah mereka beli (action).

Dalam kehidupan sehari-hari manusia dihadapi dengan berbagai kebutuhan yang tiada henti, karena memang pada dasarnya manusia tidak lepas dari kebutuhan. Kebutuhan manusia tersebutlah yang membuka peluang bisnis bagi mereka yang menamakan sebagai produsen. Produsen akan melihat peluang yang besar dengan adanya kebutuhan konsumen yang tidak ada hentinya. Mulai dari kebutuhan yang bersifat kecil sampai yang bersifat besar. Dengan meningkatnya permintaan konsumen dari berbagai kebutuhan, maka produsen berusaha akan memenuhi kebutuhan yang konsumen inginkan.

Umumnya konsumen menginginkan yang berkualitas, serta bebas dari kerusakan ataupun kecacatan. Dan pelayanan yang cepat, baik, istimewa, sabar, tepat, ramah, ketepatan waktu dan profesional dalam melayaninya. Supaya para pelanggan tidak merasa kesulitan dengan pelayanan yang diberikan.

c. Lemah lembut dan ramah tamah dalam melayani penumpang

Pada saat berbicara dengan para pelanggan, Pihak CV. Indah Travel Executive Pekanbaru mampu dengan suara yang lemah lembut yang didukung oleh sikap ramah, Melayani dengan penuh rasa tanggung jawab. Sikap seperti itu dapat menarik minat konsumen dan membuat pelanggan tetap mempertahankan dan menggunakan perusahaan tersebut.

d. Melayani dengan simpatik

Memberikan pelayanan yang dapat menyenangkan pelanggan itu merupakan salah satu upaya dalam merekrut penumpang. Dengan tidak memberikan kesan buruk atau penumpang tidak nyaman atas pelayanannya.

Karyawan CV. Indah Travel Executive Pekanbaru harus harus berlaku simpatik dengan tetap memberikan pelayanan yang terbaik terhadap penumpang walaupun ada sebagian penumpang memiliki masalah dan tidak sabar atau tergesa-gesa. Maka sudah layaknya karyawan memberikan pelayanan yang terbaik dengan wajah yang ceria dan senyum manis. Dengan senyum, akan lebih mudah bagi karyawan dalam membujuk pelanggan agar ia menyukai perusahaan. Para pelanggan biasanya akan tersanjung dan merasa dihargai dengan senyum yang ditunjukkan karyawan.

e. Melayani dengan serius

Karyawan CV. Indah Travel Executive Pekanbaru dituntut untuk bisa sikap sabar dan tegas dalam melayani penumpang, walaupun karyawan telah berusaha semaksimal mungkin, namun tidak semua pelayanan yang diberikan karyawan CV. Indah Travel Executive Pekanbaru memuaskan hati konsumen, dan terkadang penumpang merasa kurang pelayanan dan tidak memuaskan dan mereka merasa kecewa.

B. Faktor-faktor pendukung dan penghambat pada CV. Indah Travel Executive Pekanbaru

Pada dasarnya bila seseorang atau lembaga ingin menjalankan suatu usaha maka mereka harus memahami apa yang diperlukan oleh para pemakai barang atau jasa tersebut. Kepuasan pelanggan juga sering dijadikan sebagai salah satu tujuan utama. Suatu usaha dapat dicapai jika kepuasan pelanggan telah terpenuhi. Namun untuk memperoleh kepuasan pelanggan tidaklah mudah, karena tiap pelanggan memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda walaupun membutuhkan produk yang sama.

Proses pemenuhan kepuasan pelanggan tidak hanya membutuhkan produk atau jasa yang berkualitas saja, namun juga membutuhkan adanya sistem pelayanan yang mendukung. Sehingga para pelanggan akan merasa senang dengan produk atau jasa yang dibutuhkan, serta nyaman dengan pelayanan yang diberikan.

1. Faktor-Faktor Pendukung pada Angkutan Jasa CV. Indah Travel Executive Pekanbaru

Adanya kepuasan pelanggan ternyata juga dapat mempengaruhi omset penjualan yang dihasilkan. Jika pelanggan merasa puas akan suatu produk maka permintaan akan meningkat dan omset penjualan pun ikut naik, sebaliknya jika pelanggan tidak merasa puas maka permintaan akan menurun begitu juga dengan omset penjualannya. Hal penting lainnya yang harus diperhatikan yaitu, pelanggan yang kurang puas dengan suatu produk tidak akan membeli ataupun menggunakan lagi produk yang ditawarkan. Selain itu pelanggan yang kurang puas juga dapat menceritakan kepada konsumen lain tentang keburukan produk yang mereka dapatkan, sehingga dapat menimbulkan citra buruk di kalangan para konsumen.⁴⁷

Adapun yang berkaitan dengan persaingan tingkat usaha, tampak sejumlah yang sangat penting dalam mempengaruhi persaingan penumpang untuk menggunakan angkutan jasa CV. Indah Travel Executive Pekanbaru ini terbagi:

1. Kenyamanan

Kenyamanan yang ada pada CV. Indah Travel Executive Pekanbaru secara fisik meliputi penyediaan tempat duduk yang serasi, ventilasi, pengaturan suhu, kesegaran hawa. Kenyamanan dalam perjalanan digabungkan juga dengan menikmati pemandangan alam yang

⁴⁷<http://bisnisukm.com/strategi-meningkatkan-kepuasan-pelanggan.html> tanggal 21 april 2012

indah. Seharusnya disamping itu semua harus diusahakan untuk pembersihan ditingkatkan agar tidak ada hal-hal yang kurang menyenangkan.

Suasana nyaman yang sengaja dihadirkan oleh karyawan CV. Indah Travel Executive Pekanbaru juga memberikan pengaruh yang besar bagi konsumen untuk tetap memilih jasa transportasi sehingga akhirnya memutuskan untuk menggunakannya. Bahkan konsumen merasa puas dan akhirnya menjadi pelanggan yang setia.

Rasa senang dan puas karena masalah yang dihadapi dapat terpecahkan akan dinikmati pelanggan melalui pelayanan yang berkualitas. Tidak jarang terjadi beberapa perusahaan merasa telah memberikan pelayanan yang berkualitas, Namun pelanggan mereka tetap merasakan ketidakpuasan dan berpaling kepada pesaing. Pelanggan akan datang untuk membeli dan kembali untuk membeli lagi bukanlah karena kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan melainkan karena kualitas pelayanan yang dipersepsika oleh mereka. Persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan adalah perbedaan antara apa yang mereka peroleh dengan apa yang mereka harapkan.

2. Lokasi Usaha

Pemilihan lokasi usaha sangat penting bagi perusahaan. Dalam mengambil keputusan terakhir, untuk meningkatkan peluang sukses, perusahaan harus mempertimbangkan secukupnya problem pemilihan lokasi yang tepat untuk berbisnis. Sebuah lokasi yang baik memungkinkan

perusahaan tetap bertahan, sedangkan suatu lokasi yang tidak tepat akan mengakibatkan kegagalan, meskipun bisnis itu sendiri sudah direncanakan secara sangat baik. CV. Indah Travel Executive Pekanbaru memprioritaskan lokasi yang dekat sarana pendidikan dan dikawasan panam ujung karena banyak yang menjadi sasaran.

Sementara apa yang dilakukan para penjual dengan memberikan snack minuman atau camilan ini merupakan suatu bentuk pelayanan atau servis agar konsumen atau pembeli merasa lebih senang sehingga tertarik dan tetap menggunakan jasa CV. Indah Travel Executive Pekanbaru.

3. Harga

Harga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pemasaran suatu produk. Tinggi rendahnya harga selalu menjadi perhatian utama para konsumen saat mereka mencari suatu produk. Sehingga harga yang ditawarkan menjadi bahan pertimbangan khusus, sebelum mereka memutuskan untuk membeli barang maupun menggunakan suatu jasa. Dari kebiasaan para konsumen, dapat disimpulkan bahwa strategi penetapan harga sangat berpengaruh terhadap penjualan maupun pemasaran yang ditawarkan.

Dalam menentukan harga, setiap usaha mungkin memiliki strategi yang berbeda-beda. Namun setiap strategi yang mereka jalankan masih memiliki tujuan yang sama. Pada kenyataannya setiap konsumen memiliki kecenderungan membeli atau menggunakan angkutan jasa dengan harga yang ditawarkan tersebut tepat dan layak. Hasil produksi dengan harga

yang bersaing dapat menarik para pelanggan atau konsumen. Termasuk diskon pada harga tiket.

Biaya transportasi di CV. Indah Travel Executive Pekanbaru memiliki harga yang seimbang dengan perusahaan jasa yang lainnya. Namun pada harga diskon tiket perlu diperhatikan lagi Sehingga para pemakai jasa menggunakan angkutan ini mendapatkan layanan yang memuaskan dan tidak ada kesenjangan diantara penumpang atau konsumen satu dengan yang lainnya dan tempat nya juga begitu strategis.

4. Bertanggung jawab terhadap perlindungan konsumen

Perlindungan Konsumen bagi setiap orang pemakai barang dan jasa, yang mereka harapkan yaitu berupa keselamatan, jaminan keamanan dari produk maupun pelayanan yang diberikan, sehingga para pelanggan percaya dengan jasa yang ditawarkan dan akan terus menjadi pelanggan setiap perusahaan.

Adanya perlindungan bagi konsumen memberikan dampak terbaik buat CV. Indah Travel Executive Pekanbaru karena penumpang merasa nyaman dan aman karena ada pertanggung jawaban dari instansi tersebut. Perlindungan konsumen merupakan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.

CV. Indah Travel Executive Pekanbaru bergabung dengan asuransi Jasaharja,

5. Keamanan

Setelah memiliki beberapa strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, langkah berikutnya Anda dapat mengukur kepuasan pelanggan Anda dengan beberapa cara sederhana berikut :

1. Menggunakan sistem saran dan kritik dari para pelanggan. Misalnya dengan menyediakan kotak saran maupun kritik, atau menyediakan layanan telepon dan sms
2. Dengan mengadakan survey kepuasan pelanggan. Biasanya dilakukan dengan memberikan kuesioner pada pelanggan yang sedang menggunakan produk kita.
3. Dengan mencoba menghubungi kembali pelanggan yang sudah lama tidak membeli produk kita. Sehingga kita bisa mengetahui penyebab mereka berhenti berlangganan, apakah karena kecewa dengan produk kita atau karena ada faktor lain. Sehingga kita dapat mengevaluasi produk serta pelayanan yang selama ini diberikan.

Keamanan yang ada di CV. Indah Travel Executive Pekanbaru sangat menyenangkan bagi penumpang yang menggunakan jasa ini. Penumpang mempercayakan atas pembongkaran dan pemuatan barang dan dirinya sendiri dengan cara hati-hati. Tetapi diharapkan bagi supir tidak memasukan penumpang ditengah perjalanan karena itu bisa membuat keamanannya menjadi kurang.

6. Mempermudah pelanggan untuk menghubungi

CV. Indah Travel Executive Pekanbaru mempunyai fasilitas agar pelanggan bisa menghubungi disaat ingin menggunakan jasa di perusahaan ini. Karena ini merupakan hal yang terpenting, maka pihak perusahaan memiliki beberapa nomor telepon. Disamping itu juga perusahaan menerima layanan sms, guna mempermudah pelanggan. Jadi kapanpun mereka membutuhkan informasi maupun komplain, maka pihak CV. Indah Travel Executive Pekanbaru siap menampung.

7. Frekuensi

Frekuensi di CV. Indah Travel Executive Pekanbaru dilakukan secara teratur yang mempunyai waktu selang antara angkutan yang satu dengan angkutan yang berikutnya, jadi penumpang tidak harus menunggu lama, dan angkutan juga berjalan dengan lancar, karena waktu tinggal ditentukan oleh pemakai jasa.

8. Keteraturan

Keteraturan yang ada di CV. Indah Travel Executive Pekanbaru pada waktu-waktu yang telah ditetapkan. Sebagiaian besar kehidupan ini berlangsung berdasarkan pada jam dan fasilitas transportasi tersedia pada waktu yang telah ditentukan, sehingga kemungkinan konsumen mengatur kegiatan-kegiatan dalam perjalanan pribadinya.

9. Ramah lingkungan

Pelayanan yang ada di CV. Indah Travel Executive Pekanbaru di dalam penelepon dan datang ke perusahaanya mengalami layanan yang

ramah lingkungan, Mereka melakukan dengan serius dan menganggap konsumen adalah raja. Sikap ramah yang dimiliki oleh CV. Indah Travel Executive Pekanbaru merupakan cara yang dilakukan guna mewujudkan kepuasan pelanggan.

10. Pelayanan yang baik

Pelayanan yang baik merupakan cara dari pengusaha tersebut untuk menyambut calon konsumen. Calon konsumen harus mendapatkan sambutan dengan senyuman dan wajah yang cerah serta suara yang terkesan ramah sehingga calon konsumen tersebut akan merasa senang dan akhirnya mau menggunakan angkutan jasa ini.

11. Asuransi

Asuransi adalah pertanggungan atau suatu perjanjian dengan mana seorang penanggung mengikatkan diri kepada seseorang tertanggung , dengan menerima suatu premi, untuk memberikan penggantian kepadanya karena suatu kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, yang mungkin akan dideritanya karena suatu peristiwa yang tidak tertentu.⁴⁸ CV. Indah Travel Executive Pekanbaru dalam menjalankan usahanya mereka memiliki asuransi dengan bergabung dengan Jasaharja. Yang mana pertanggungan asuransi kecelakaan terhadap penumpang sebagaimana yang sudah dimaksud dalam Undang-Undang No. 33 tahun 1964 Jo. Peraturan Pemerintah No. 17 tahun 1965.

⁴⁸Hasyimi, *Pengantar Asuransi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1993), h. 3

2. Faktor-Faktor Penghambat pada Angkutan Jasa CV. Indah Travel Executive Pekanbaru

Faktor-faktor yang menjadi penghambat CV. Indah Travel Executive Pekanbaru untuk merekrut penumpang yaitu:

a. Banyaknya pesaing

Pesaing-pesaing yang mulai bermunculan secara tidak langsung akan membawa pengaruh terhadap kelancaran kegiatan pemasaran produk jasa ini sehingga lambat laun daerah pemasaran akan menjadi semakin sempit, dengan adanya produk pesaing akan menimbulkan kesulitan bagi perusahaan untuk memasarkan dan mengembangkannya. Dengan adanya pesaing bisa mengubah selera konsumen, yang mana konsumen dapat berpindah dari satu tempat ke tempat yang lain yang memiliki nilai guna yang sama. Oleh karena itu setiap perusahaan yang ingin maju dan mempertahankan pelanggannya maka perusahaan itu harus memiliki strategi bersaing yang kuat untuk memasarkan dan memberikan yang terbaik kepada pelanggannya.

b. Kerusakan mobil

merupakan resiko kerugian CV. Indah Travel Executive Pekanbaru, baik langsung maupun tidak langsung, permasalahan yang sering terjadi yaitu kerusakan pada travel Kerusakan ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor salah satunya, sopir ugal-ugalan yang memperlakukan kendaraan dengan tidak baik, dan parahnya

kalau sampai terjadi kecelakaan. Cuaca yang buruk kadang juga dapat menjadi hambatan untuk melakukan perjalanan Resiko tersebut sangat merugikan bagi perusahaan karena dapat mengurangi pendapatan.

c. Kurang nya ketepatan waktu

Karyawan CV. Indah Travel Executive Pekanbaru dalam menjalankan tugasnya, mereka selalu kurang tepat dalam penjemputannya, sehingga komsemen merasa dibohongi.

d. Supir yang ceroboh

Dalam menjalankan tugasnya, supir memasukan Penumpang ditengah-tengah perjalanan, sehingga keamanan kurang terjaga bagi konsumen.

Solusi yang dilakukan oleh CV. Indah Travel Executive Pekanbaru

1. Panggilan

Pihak CV. Indah Travel Executive Pekanbaru akan mengadakan pemanggilan kepada supir yang melakukan hal yang ceroboh untuk diberikan arahan.

2. Memberikan sanksi pemecatan

Setelah adanya pemanggilan, namun supir tetap melakukan dengan alasan yang tidak jelas, maka pihak CV. Indah Travel Executive Pekanbaru Akan memberikan sanksi pemecatan.

3. Pemecatan

Setelah diberikan peringatan kepada supir, tetapi supir tetap melakukan hal yang sama, maka CV. Indah Travel Executive Pekanbaru melakukan pemecatan, ini merupakan jalan terakhir.

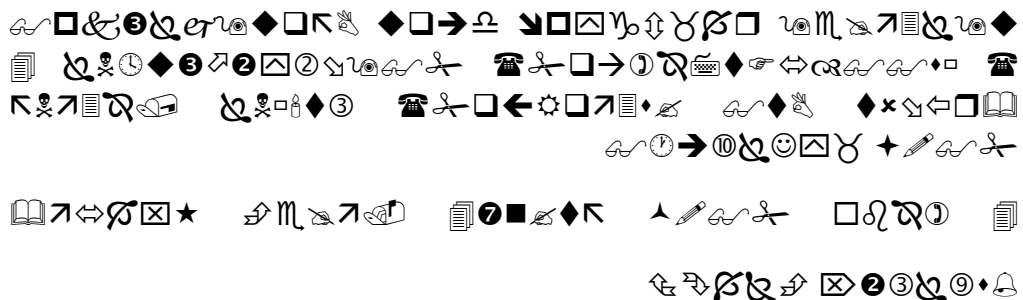
C. Upaya Merekrut Penumpang pada CV. Indah Travel Executive Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Islam

Pada dasarnya Islam Tetap memiliki prinsip kebebasan dalam melakukan berbagai kegiatan muamalah (perekonomian) termasuk didalamnya kegiatan pemasaran dan upayanya. Manusia boleh membeli, menjual, serta tukar-menukar barang dan jasa. Islam melarang penentuan harga dan menentang seseorang yang memakan harta sesamanya dengan jalan batil.

Karena islam membolehkan siapa pun memasuki bisnis apa saja yang halal, tidaklah dikenal adanya halangan masuk bagi pesaing baru. Dengan masuknya pesaing-pesaing baru, penawaran akan makin banyak sehingga perusahaan menentukan harga. Dan jelaslah islam menghargai hak penjual dan pembeli untuk menentukan harga, sekaligus melindungi hak keduanya atau istilah fikihnya *haqqal ghair muhafazun'alaihi syar'an*. Inilah yang kita harapkan dari perusahaan persaingan, hak seseorang untuk berbisnis dibuka lebar tanpa telalu banyak dicampur tangan oleh pemerintah, sekaligus melindungi hak lain. Dengan demikian pemerintah berfungsi *tasarruf al-*

imam'ala arra'iyah manatun bil-maslahah' selalu mengacu pada kemaslahatan orang banyak tanpa harus bersikap mendua.⁴⁹

Upaya yang dilakukan CV. Indah Travel Executive Pekanbaru dengan cara mempromosikan segala jenis produk yang ada pada perusahaan, hal ini dilakukan bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat luas dengan tujuan untuk mempertahankan dan menarik calon penumpang yang baru, dalam menjalankan upaya-upaya tersebut perusahaan melakukan dengan baik dengan melakukan persaingan yang sehat. Persaingan yang sehat dalam islam di kenal dengan *Fastabiqul Khairat*. Allah berfirman dalam surat Al-Baqarah: 148



Artinya : “Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu”.

Fastabiqul Khairat adalah berlomba-lomba dalam kebaikan.

Persaingan usaha yang sehat itu dimulai dengan aturan yang jelas.⁵⁰

⁴⁹Adiwarman Karim, *Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001)h. 31

⁵⁰Didin Hafidhuddint, Hendri Tanjung, *Op.Cit.*, h. 195

Rasulullah SAW melarang menjual dengan cara menyayangi penjualan saudaranya dan menawar menyayangi penawaran saudaranya. Dari Abdullah bin Umar RA, katanya Rasulullah SAW bersabda:

“Janganlah kamu menjual penjualan saudara mu”. (Bukhari)⁵¹ dalam islam persaingan yang dibolehkan adalah persaingan yang sehat yang tidak mengandung unsur penipuan.

Didalam islam dilarang melakukan pemasaran yang mengandung riba. Yang dijelaskan dalam surat At-Taghaabun ayat 17 Allah berfirman:

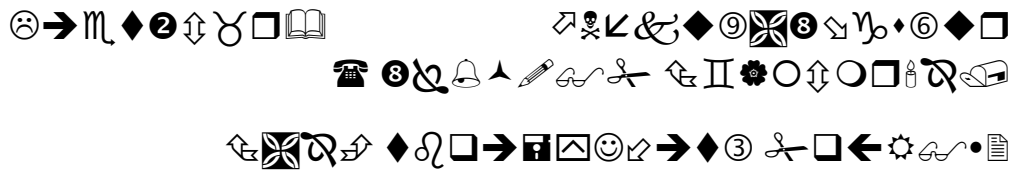


Artinya : “Jika kamu meminjamkan kepada Allah pinjaman yang baik, niscaya Allah melipat gandakan balasannya kepadamu dan mengampuni kamu. dan Allah Maha pembalas Jasa lagi Maha Penyantun” .

Dan surat Az-Zumar ayat 35 yang berbunyi:



⁵¹Suyanto, *Muhammad Bussinies Strategis and Ethics*, (Yogyakarta: CV. Andi Ofset, 2008), h. 208



Artinya : “Agar Allah akan menutupi (mengampuni) bagi mereka perbuatan yang paling buruk yang mereka kerjakan dan membalas mereka dengan upah yang lebih baik dari apa yang Telah mereka kerjakan.

Dari kedua ayat tersebut dapat diuraikan bahwa setiap jasa yang kita berikan akan mendapatkan balasan dari Allah dan begitu pula halnya dengan memberikan jasa. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada larangan untuk melakukan perniagaan atau jual beli

Dikarenakan Islam membolehkan siapapun memasuki bisnis apa saja yang halal, tidaklah dikenal adanya halangan masuk bagi pesaing baru. Dengan masuknya pesaing-pesaing baru maka banyak pilihan para konsumen.

Kegiatan kongkrit yang dilakukan oleh CV. Indah Travel Executive Pekanbaru adalah untuk mengoptimalkan pelayanan kepada penumpang agar terciptanya sarana yang sesuai, nyaman sehingga penumpang tetap setia menjadi pelanggan, nilai-nilai kesopanan dan tata krama harus dilakukan setiap melakukan pekerjaan. Hal-hal tersebut tidak terlepas dari nilai-nilai Ekonomi Islam, hakikatnya dalam setiap perkataan dan perbuatannya khusus nya dalam melayani penumpang harus mencerminkan nilai-nilai Islam sehingga penumpang dan karyawan tidak merasa menjadi pihak yang dirugikan.

Adapun faktor-faktor yang dilakukan oleh CV. Indah Travel Executive Pekanbaru dalam merekrut penumpang adalah dengan cara mempromosikan dan dengan cara pelayanan yang baik seperti: sopan, jujur, ramah-tamah terhadap penumpang, mendengar segala keluhan dan kesulitan yang dirasakan oleh penumpang.

CV. Indah Travel Executive Pekanbaru dalam merekrut Penumpang menurut ekonomi islam tidak terlepas dari unsur-unsur yaitu dengan etika sesuai dengan islam dan prinsip-prinsip dalam etika ekonomi islam, prinsip-prinsip tersebut diantaranya:

a. Kerja

Islam memerintahkan setiap manusia untuk bekerja sepanjang hidupnya. Islam membagi waktu menjadi dua, yaitu beribadah dan bekerja mencari rizki. Islam sebagai agama Allah yang telah disempurnakan, memberikan pedoman bagi kehidupan manusia baik spiritual-materialisme, individu-sosial, jasmani-rohani, duniawi-ukhrawi muaranya hidup dalam keseimbangan dan kesebandingan

b. Kompensasi

Prinsip kompensasi merupakan konsekuensi dari implementasi prinsip kerja. Setiap kerja berhak mendapatkan kompensasi atau imbalan. Islam mengajarkan bahwa dalam setiap pengelolaan atau pemanfaatan sumber daya berhak untuk mendapatkan imbalan

c. Efisiensi

Efisiensi adalah perbandingan terbaik antara suatu kegiatan (pengolahan sumber daya) dengan hasilnya.

d. Profesionalisme

Profesionalisme merupakan implikasi dari efisiensi. Profesionalisme yaitu menyerahkan suatu urusan kepada ahlinya. Allah melarang menyerahkan suatu urusan kepada orang yang bukan ahlinya dan mencintai seseorang yang profesional dalam perbuatannya. Profesionalisme akan tercapai setiap individu menyerahkan seluruh kemampuannya dalam setiap kegiatan ekonomi. Pada akhirnya profesionalisme ini akan melahirkan pembagian kerja sesuatu dengan keahlian dan kemampuan atau spesialisasi.

e. Kecukupan

Jaminan terhadap taraf hidup yang layak yang dapat memenuhi kebutuhan material dan spiritual setiap individu, baik muslim atau non-muslim. Setiap individu harus mendapatkan kesempatan menguasai dan mengelola sumber daya, dan tindakan yang merusak serta merugikan harus dihindari agar kecukupan.

f. Pemerataan kesempatan

Setiap individu memiliki kesempatan yang sama untuk memiliki, mengelola sumber daya dan menikmati sesuai dengan kemampuannya. Setiap manusia mempunyai kesempatan sendiri untuk mendapatkan kesempatan yang sama untuk hidup secara layak, belajar, bekerja,

jaminan keamanan dan kesempatan pemenuhan hak-hak kemanusiaan lainnya.

g. Kebebasan

Kebebasan dalam pandangan islam, manusia memiliki kebebasan untuk mengambil semua tindakan yang diperlukan sama dalam memperoleh kemashlahahan yang tertinggi dari sumber daya yang ada pada kekuasaannya. Manusia diberi kebebasan untuk memilih diantara yang salah dan yang benar, yang baik dan yang buruk. Islam memberikan kebebasan kepada manusia untuk memiliki sumber daya, mengelola dan memanfaatkannya untuk mencapai kesejahteraan hidup. Namun, kebebasan tanpa batas justru berpotensi menimbulkan kerugian bagi manusia. Oleh karena itu, dalam Islam kebebasan dibatasi oleh nilai-nilai Islam.

h. Kerja sama

Manusia adalah makhluk individu sekaligus makhluk sosial. Ia tidak bisa hidup sendiri tanpa bantuan orang yang lain. Meski beragam, manusia juga memiliki beberapa tujuan yang sama dalam hidupnya. Manusia tidak dapat mencapai tujuannya secara sendirian atau saling menjatuhkan satu sama lainnya. Terdapat saling ketergantungan dan saling tolong-menolong antar sesama manusia. Kerja sama akan menciptakan tercapainya tujuan hidup secara harmonis. Islam mengajarkan manusia untuk bekerja sama dalam berusaha mewujudkan kesejahteraan.

i. Persaingan

Islam mendorong manusia untuk berlomba-lomba dalam hal ketakwaan dan kebaikan. Begitu pula dalam hal muamalah atau ekonomi, manusia didorong untuk saling berlomba dan bersaing, namun tidak saling merugikan, dalam suatu sunnah, dijelaskan bahwa Allah sendirilah yang menetapkan harga dan manusia dilarang menetapkan harga secara sepihak. Islam memberikan kesempatan antara penjual dan pembeli untuk tawar-menawar serta melarang dilakukannya monopoli ataupun bentuk perdagangan yang berpotensi merugikan pihak lain.

j. Keseimbangan

Keseimbangan hidup dalam ekonomi Islam dimaknai sebagai tidak adanya kesenjangan dalam pemenuhan kebutuhan berbagai aspek kehidupan. Keseimbangan terciptanya suatu situasi dimana tidak ada satu pihak pun yang merasa dirugikan, atau kondisi saling ridha. Hal inilah yang kemudian disebut sebagai keseimbangan pasar, dimana kondisi saling ridha terwujud antara pembeli dan penjual.

k. Solidaritas

Solidaritas mengandung arti persaudaraan dan tolong-menolong. Persaudaraan merupakan dasar untuk memupuk hubungan yang baik sesama anggota masyarakat dalam segala aspek kehidupan, termasuk ekonomi. Persaudaraan tidak akan bermakna tanpa tolong-menolong, terutama antara yang kuat dan lemah. Solidaritas juga bisa dimaknai

toleransi. Islam mengajarkan agar manusia bersikap toleran atau diberikan kemudahan kepada pihak lain dalam bermuamalah. Toleransi berarti memberikan kelonggaran dan membantu orang lain untuk memenuhi kewajibannya. Toleransi bisa berbentuk pemberian maaf atas kekeliruan lawan, kelonggaran dalam pemenuhan janji, ataupun dalam menuntut haknya.⁵²

Manajemen islami ada 4 yang harus ditempuh:

1. Manajemen islami yang harus didasari nilai-nilai dan akhlak islami. Boleh saja berbisnis dengan label islami, namun bila nilai-nilai dan akhlak berbisnis ditinggalkan, cepat atau lambat bisnisnya akan hancur. Bukankah pepatah mengatakan, “anda dapat membodohi semua orang dalam suatu saat atau membodohi satu orang dalam suatu saat, tapi anda tidak dapat membodohi semua orang dalam semua saat”.
2. Kompensasi ekonomis dan penekanan terpenuhinya kebutuhan dasar pekerja. Cukuplah menjadi suatu kezaliman bila perusahaan memanipulasi semangat jihad seorang pekerja dengan menahan haknya, kemudian menghiburnya dengan iming-iming pahala yang besar. Urusan pahala, Allah yang mengatur. Urusan kompensasi ekonomis kewajiban perusahaan membayarnya.
3. Faktor kemanusiaan dan spritual sama pentingnya dengan kompensasi ekonomis. Pekerja dilakukan dengan hormat dan

⁵²Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Op.cit.*, h. 65-70

diikutsertakan dalam mengambil keputusan . tingkat partisipatif pekerja tergantung pada intelektual dan kematangan psikologisnya. Bila hak-hak ekonomisnya tidak ditahan, pekerja dengan semangat jihad akan mau dan mampu melaksanakan tugasnya jauh melebihi kewajibannya.

4. Sistem dan struktur organisasi sama pentingnya. Kedekatan atasan dan bawahan adalah *ukhuwah islamiyah*, tidak berarti menghilangkan otoritas formal dan ketaatan pada atasan selama tidak bersangkutan dosa.⁵³

Dalam sistem ekonomi syariah tidak diperbolehkan seseorang, baik dari perorangan maupun lembaga bisnis dapat melakukan monopoli. Harus ada kondisi persaingan.

Dari pemaparan di atas, penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa secara umum telah sesuai dengan prinsip ekonomi islam. Namun dalam pengoperasian masih adanya kurangnya ketepatan waktu, kurangnya perawatan mobil dan supir yang ceroboh sehingga itu merugikan penumpang, sedangkan Islam dilarang.

⁵³Adiwarman karim, *Op.cit.*, h. 171-172

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari penelitian diatas penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Upaya yang dilakukan oleh CV. Indah Travel Executive Pekanbaru dalam merekrut penumpang adalah cukup baik. Upaya tersebut meliputi promosi dan pelayanan penumpang.
2. Faktor-faktor pendukung CV. Indah Travel Executive Pekanbaru berupa kenyamanan, lokasi usaha, harga, bertanggung jawab terhadap perlindungan konsumen, keamanan, mempermudah pelanggan untuk menghubungi, frekuensi, keteraturan, ramah lingkungan, pelayanan yang baik dan asuransi. Perusahaan mempunyai beberapa penghambat yaitu banyaknya pesaing, kurangnya ketepatan waktu serta supir ceroboh.
3. Upaya yang dilakukan oleh CV. Indah Travel Executive Pekanbaru semua sesuai dengan Ekonomi Islam, dalam menjalankan kegiatan nya perusahaan tidak mengandung unsur penipuan, dan saling menghargai hak penjual dan pembeli untuk menentukan harga dan saling melindungi. dengan sungguh-sungguh di jalan Allah SWT dengan segala kesungguhan optimal untuk mencapai tujuan yang terbaik disisi Allah SWT.

B. Saran

Dalam menyikapi segala bentuk permasalahan diatas, penulis memberi saran-saran sebagai berikut:

1. Diharapkan CV. Indah Travel Executive Pekanbaru perlu adanya peningkatan lagi terutama di bidang periklanan bisa jadi melalui surat kabar, majalah, televisi, radio dan lain-lain. semangkin banyak media promosi dipergunakan maka konsumen akan mudah tertarik untuk menggunakan jasa transportasi sehingga tingkat konsumennya meningkat. Dan diharapkan para karyawan pandai melihat peluang terbesar di pasar dari pembangunan sarana fisik yang semangkin meningkat yang akan membuat sarana transportasi semangkin diperlukan oleh masyarakat umum.
2. Diharapkan kepada karyawan CV. Indah Travel Executive Pekanbaru agar dapat terus mempertahankan dan meningkatkan dalam pelayanan kepada konsumen. Serta diharapkan kepada manajemen CV. Indah Travel Executive melakukan peningkatan perawatan mobil, mengerjakan tugas dengan tepat waktu dan selalu memberi pengarahan kepada supir nya.
3. Bagi perusahaan ini diharapkan tetap mempertahankan dan menjalankan dengan penuh tanggung jawab sehingga kosumen merasa puas terhadap layanan yang ada, dan agar tidak ada kesenjangan atau yang merasa dirugikan antara konsumen dan para karyawan, karna dalam islam dilarang menjalankan bisnis yang tidak adil atau merugikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarman Karim, *Bank Islam*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo, 2010)
- Adiwarman Karim, *Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001).
- Buchari Alma, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2003).
- Celina Tri Siwi kristiyani, *hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2009).
- Dahlan Siamat, *Manajemen Lembaga Keuangan*, (Jakarta: Fakultas Ekonomi UI, 2005).
- Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Surabaya: CV. Pustaka Agung Harapan, 2006).
- Didin Hafidhuddin Dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah Dalam Praktik*, (Jakarta: Gema Insane, 2003).
- Euis Amalia, *keadilan Distributif Dalam Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2009).
- Fandi Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2006).
- Hasyimi, *Pengantar Asuransi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1993).
- Herbert an Casson, *Petunjuk Praktis Dalam Berusaha*, (Surabaya-Indonesia: Usaha Nasional, 1981).
- Hermansyah, *Pokok-pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008).
- Indri, Titik Triwulan Tutik, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, (Jakarta: Indonesia, 2008).

- Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prehallindo, 2002).
- Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2000).
- Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001)
- Mustafa kamal Rokan, *hukum Persaingan Usaha*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2010).
- Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2007).
- Pusat Pengkajian dan Perkembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo persada, 2008).
- Sayyid Sabiq, *Fiqh al-Sunnah Jilid 3*, Dar al-Kitab al-Araby, (Beirut, 1983)
- Simorangkir, *marketing* (Jakarta: idhnil, 1997).
- Soejitno, Irmin. Abdul Rochim, *Etika Perbankan*, (Jakarta: Batavia Press, 2004).
- Suyanto, *Muhammad Bussinies Strategis and Ethics*, (Yogyakarta: CV. Andi Ofset, 2008).
- Syafii Jafri, *Fiqh Muamalah*, (Pekanbaru: Suska Press, 2008).