

SKRIPSI
STRATEGI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN
WISATAWAN TAMAN EDUKASI DITINJAU DARI PERSPEKTIF
ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi Kasus Pengunjung Wisata Taman Edukasi di Kota Metro)

Oleh:
RISALATUL MU'AWANAH
NPM. 1804040083



Jurusan Ekonomi Syari'ah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA NEGERI ISLAM METRO

1442 H/2022 M

**STRATEGI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN
WISATAWAN TAMAN EDUKASI DITINJAU DARI PERSPEKTIF
ETIKA BISNIS ISLAM**

(Studi Kasus Pengunjung Wisata Taman Edukasi di Kota Metro)

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Oleh:

RISALATUL MU'AWANAH

NPM. 1804040083

Pembimbing: Liana Dewi Susanti, M.E.Sy

Jurusan Ekonomi Syari'ah

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO

1442 H/2022 M



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111

Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Website : www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

NOTA DINAS

Nomor : _
Lampiran : 1 (satu) berkas
Perihal : **Pengajuan Skripsi untuk Dimunaqosahkan**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Di-
Tempat

Assalamu`alaikum Wr.Wb.

Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan dan perbaikan seperlunya, maka skripsi yang disusun oleh :

Nama : RISALATUL MU'AWANAH
NPM : 1804040083
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : STRATEGI PELAYANAN DALAM
MENINGKATKAN DAYA TARIK KEPUASAN
WISATAWAN TAMAN EDUKASI DITINJAU DAR
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus
Pengunjung Wisata Taman Edukasi di Kota Metro)

Sudah kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk di Munaqosahkan. Demikian harapan kami dan atau penerimaannya, kan ucapkan terimakasih

Wassalamu`alaikum Wr.Wb

Metro, 25 Mei 2022

Dosen Pembimbing

Liana Dewi Susanti, M.E.Sy
NIDN.2022128801

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : STRATEGI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN
DAYA TARIK KEPUASAN WISATAWAN TAMAN
EDUKASI DITINJAU DARI PERSPEKTIF ETIKA BISNIS
ISLAM (Studi Kasus Pengunjung Wisata Taman Edukasi di
Kota Metro)
Nama : RISALATUL MU'AWANAH
NPM : 18040083
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Ekonomi Syariah

MENYETUJUI

Sudah dapat kami setuju untuk dimunaqosahkan dalam sidang Munaqosah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam (IAIN) Metro

Metro, 25 Mei 2022
Dosen Pembimbing



Liana Dewi Susanti, M.E.Sy
NIDN.2022128801



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Fax (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: lainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : B-2449/17.28.3/D/PP-00.9/06/2022

Skripsi dengan judul STRATEGI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN WISATAWAN TAMAN EDUKASI DITINJAU DARI PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Pengunjung Wisata Taman Edukasi di Kota Metro). Disusun oleh Risalatul Mu'awanah, NPM. 1804040083, Jurusan : Ekonomi Syariah Telah dimunaqosyahkan Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Kamis, 16 Juni 2022

TIM PENGUJI MUNAQOSYAH

Ketua / Moderator : Liana Dewi Susanti, M.E.Sy

(.....)

Penguji I : Selvia Nuriasari, M.E.I

(.....)

Penguji II : Reonika Puspitasari, M.E. Sy

(.....)

Sekretaris : Ananto Tri Wibowo, M.E

(.....)

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Mat Jalli, M.Hum
NIP.19620812 199803 1 001

ABSTRAK

STRATEGI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN WISATAWAN TAMAN EDUKASI DITINJAU DARI PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Pengunjung Wisata Taman Edukasi di Kota Metro)

Oleh :

Risalatul Mu'awanah

NPM : 1804040083

Taman Edukasi Metro merupakan tempat rekreasi dan Wahana Agrowisata Edukasi di Kota Metro Lampung Agricultural Servis. Untuk mempertahankan dan menghadapi persaingan serta untuk meningkatkan daya tarik, perusahaan harus memiliki strategi-strategi atau pelayanan yang baik dengan pengunjungnya sehingga pengunjung memiliki rasa kepuasan, kepercayaan, dan kesetiaan terhadap tempat wisata tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pelayanan yang ada di taman edukasi Metro untuk meningkatkan kepuasan pengunjung. Jenis penelitian ini adalah *field research* atau penelitian lapangan. Penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif. Dalam teknik pengumpulan data, peneliti menggunakan 3 metode yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pelayanan yang dilakukan oleh Taman Edukasi Metro adalah sebagai berikut : membuat pengunjung merasa nyaman, membuat pengunjung merasa puas akan pelayanan, memberikan pelayanan ekstra, menciptakan keloyalitan antara pengunjung lama dan pengunjung baru, dan memperhatikan serta mendengarkan keluhan pengunjung. Pengunjung menunjukkan keloyalannya dengan merekomendasikan ke orang lain.

Kata kunci : Strategi Pelayanan, Kepuasan Wisatawan, Pengunjung Wisatawan

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Risalatul Mu'awanah
NPM : 1804040083
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil dari penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Atas nama, 3 Juni 2022
saya menyatakan,

Risalatul Mu'awanah
NPM 1804040083



MOTTO

وَيَرْزُقُهُ مِنْ حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ وَمَنْ يَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ فَهُوَ حَسْبُهُ إِنَّ
اللَّهَ بَالِغُ أَمْرِهِ قَدْ جَعَلَ اللَّهُ لِكُلِّ شَيْءٍ قَدْرًا

Dan dia tidak memberinya rezeki dari arah yang tidak disangka-sangkanya. Dan barang siapa bertawakal kepada Allah, niscaya Allah akan mencukupkan (keperluan)nya. Sesungguhnya Allah melaksanakan urusan-Nya. Sungguh, Allah telah mengadakan ketentuan bagi setiap sesuatu. (Q.S At-Talaq ayat 3)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada:

1. Orang tuaku Bapak Sholihin A.Ma dan Ibu Siti Munawaroh yang senantiasa memberikan dukungan penuh baik do'a dan motivasi untuk terus melanjutkan pendidikan dan menggapai impian.
2. Saudara-saudariku Muhammad Nasrudin M.H, Umi Uswatun Hasanah S.Pdi, dan Ahmad Mualif Azka yang selalu memberikan nasihat, semangat dan motivasi.
3. Para dosen yang telah memberi ilmu dan membimbing saya dari awal hingga akhir perkuliahan, khususnya Ibu Liana Dewi Susanti M. E. Sy, Bapak Muhammad Hanafi Zuardi, SHI, MSI dan Bapak Dharma Setyawan MA
4. Sahabat-sahabatku Luluk Aminatus Shoimah, Bella May Santika, Amelya Nurafifah, Yolanda Melania, Wida Azzah Cahyani, Yumna Mutsanna, dan yang selalu senantiasa memberikan semangat, dukungan, dan motivasi.
5. Teman-teman Ekonomi Syari'ah angkatan 2018 khususnya Ekonomi Syari'ah kelas D yang telah menguatkan untuk berjuang menyelesaikan pendidikan ini.
6. Bapak Edi Hartono yang telah memberikan izin penelitian kepada peneliti.
7. Seorang yang diberi nama Ahmad Taufiq yang selalu memotivasi, menyemangati dan membantu menyelesaikan skripsi ini.
8. Almamater Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro yang sangat saya cintai dan saya banggakan.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah yang telah memberikan Rahmat Taufiq Hidayah serta Inayah-Nyalah sehingga peneliti mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan lancar tanpa suatu halangan apapun. Sholawat beserta salam senantiasa tersanjungagungkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, seorang nabi yang kita nanti-nantikan syafa'atnya kelak di yaumul qiyamah, Amiin.

Penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan menyelesaikan pendidikan Ekonomi Syari'ah IAIN Metro guna mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE).

Dalam penyelesaian skripsi ini, peneliti banyak menerima dukungan dan bimbingan. Oleh karena itu peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

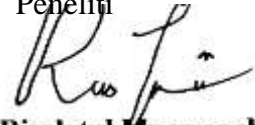
1. Kepada kedua orang tua saya (Bapak Sholihin A, Ma dan Ibu Siti Munawaroh) yang selalu memberikan dukungan, perhatian, kasih sayang dan arahan.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Siti Nurjanah, M. Ag, selaku Rektor IAIN Metro Lampung.
3. Bapak Dr Jalil, M. Hum, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Dharma Setyawan, M.A, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syari'ah.
5. Ibu Liana Dewi Susanti M. E. Sy, selaku pembimbing skripsi yang selalu mengarahkan dan memotivasi.

Kritik dan saran sangat peneliti harapkan sebagai upaya perbaikan dalam melakukan penulisan skripsi selanjutnya. Dan pada akhirnya peneliti

berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan saya khususnya serta menambah pengembangan ilmu pengetahuan Ekonomi Syari'ah bagi pihak-pihak tertentu.

Metro, 2 Juni 2022

Peneliti



Risalatul Muawanah
NPM. 1804040083

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Penelitian Relevan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. STRATEGI PELAYANAN	12
1. Pengertian Strategi	12
2. Pengertian Pelayanan	13
3. Strategi Pelayanan Dalam Islam	18
B. KEPUASAN WISATAWAN	25

1. Pengertian Kepuasan Wisatawan	25
2. Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan.....	25
3. Karakteristik Wisatawan	28
4. Kepuasan Wisatawan	29
C. ETIKA BISNIS ISLAM	31
1. Pengertian Etika	31
2. Etika Bisnis Islam	33
3. Fungsi Etika Bisnis Islam.....	35
4. Etika Bisnis Islam Terkait Pemasaran.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Jenis dan Sifat Penelitian	41
1. Jenis Penelitian	41
2. Sifat Penelitian	41
B. Sumber Data.....	42
1. Sumber Data Primer	42
2. Sumber Data Sekunder	43
C. Teknik Pengumpulan Data	45
1. Wawancara.....	45
2. Observasi.....	46
3. Dokumentasi	46
D. Teknik Analisis Data.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
A. Hasil Penelitian	48
1. Sejarah Taman Edukasi.....	48
2. Sejarah Singkat Taman Edukasi di Kota Metro	49
B. Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Daya Tarik Kepuasan Wisatawan Pada Taman Edukasi Metro	52
1. Penerapan Strategi Pelayanan Pada Taman Edukasi Metro Untuk Meningkatkan Kepuasan Wisatawan	52
2. Kepuasan Wisatawan terhadap Taman Edukasi Metro.....	55

C. Etika Bisnis yang Dilakukan Taman Edukasi Metro	58
BAB V PENUTUP	60
A. Kesimpulan	60
B. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

1. Gambar 1 : Jumlah Wisatawan	3
--------------------------------------	---

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 1 : Struktur Organisasi	44
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

1. Jawaban Wawancara Narasumber
2. Dokumentasi
3. SK Pembimbing Skripsi
4. Surat Balasan Izin Prasurevey
5. Surat Izin Research
6. Surat Balasan Izin Research
7. Surat Tugas
8. Surat Keterangan Bebas Pustaka
9. Surat Keterangan Lulus Uji Plagiasi
10. Alat Pengumpul Data
11. Outline
12. Blanko Bimbingan Skripsi
13. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pelayanan merupakan tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan kepada orang lain (membantu). Pelayanan adalah setiap kegiatan atau tindakan yang bisa ditawarkan kepada suatu pihak kepada pihak lain. Peningkatan merupakan upaya untuk menambah derajat, tingkat, dan kualitas maupun kuantitas. Sedangkan daya tarik adalah sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan keanekaragaman alam/budaya yang menjadi sasaran. Pelayanan peningkatan daya tarik berarti tindakan yang dilakukan dari suatu pihak kepada pihak lain untuk menambah kualitas kepuasan wisatawan. Pelayanan daya tarik ini harus ditingkatkan, misalnya strategi pelayanan, respon pengunjung, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan, dll. Kepuasan wisatawan dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen dapat terpenuhi melalui produk barang/jasa yang digunakan. Hal ini dapat dipengaruhi dengan kebersihan, keamanan, kenyamanan, keindahan alam, keramahan petugas, keunikan, tarif, dan image.¹ Untuk meningkatkan kepuasan wisatawan, pengelola tempat wisata harus memperhatikan beberapa faktor seperti objek, fasilitas serta pelayanannya. Pemberian pelayanan yang baik pada wisatawan

¹ Sigit Putranta Ginting, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Objek Wisata Karo dan Dampaknya terhadap Variabel Pasca Kunjungan (Studi Kasus Kawasan Pemandian Air Panas di Berastagi)" (Skripsi, Medan, universitas Sumatra Utara, 2014), 10, <https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/650>.

tentu saja membawakan dampak positif bagi perusahaan. Apabila wisatawan merasa puas, mereka akan berkunjung ulang dan merekomendasikan kepada orang-orang untuk mengunjungi tempat wisata yang sama karena kepuasan dalam pelayanannya. Destinasi wisata yang bagus harus mampu menyediakan fasilitas wisata yang sesuai dengan kebutuhan pengunjung untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan selama berkunjung.²

Wisata pendidikan atau wisata edukasi bisa juga disebut sebagai anjangkarya atau karyawisata adalah suatu kegiatan atau perjalanan yang dilakukan untuk rekreasi atau liburan dan juga terdapat aktifitas pendidikan di dalamnya yang dilengkapi dengan fasilitas penunjang pendidikan. Taman bagi anak untuk belajar dan bermain sebagai proses pembentukan karakternya. Edukasi sebagai penambahan pengetahuan dan kemampuan seseorang dengan melalui teknik praktik belajar atau juga dengan melakukan cara memberi dorongan terhadap pengarahannya dengan memberikan informasi-informasi atau ide baru.

Dalam menjalankan usaha atau bisnis ada yang namanya pelayanan. Kita sebagai pebisnis/ pengusaha sudah seharusnya memberikan pelayanan yang baik dan efektif, agar pelanggan merasakan nyaman dan diperhatikan. Hal tersebut dapat menumbuhkan rasa kepuasan dan ketertarikan pelanggan pada usaha atau bisnis kita tepatnya dipelayanannya. Apabila pelayanan tersebut baik dan sudah menerapkan etika bisnis Islam pasti usaha atau bisnis tersebut bisa mempertahankan pelanggan dan bisnisnya. Islam adalah agama

² M. Nur Rianto Al-Alif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syari'ah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 209

penuh etika, etika memiliki sinonim dengan akhlak atau adab. Yang wajib menerapkan etika dalam pelayanan adalah semua pihak yang terlibat, baik konsumen, produsen, distributor, perusahaan dan masyarakat. Etika adalah cabang filsafat yang mempelajari baik buruknya perilaku manusia.³

Pada pelayanan semaksimal mungkin diterapkan dengan baik, tetapi ada kendala pada jumlah karyawan yang terbatas dan tidak bisa melayani dengan penuh ke pengunjung setiap harinya, kecuali pada hari libur. Akan tetapi anak-anak yang berkunjung sangat puas dengan wahananya terutama di kolam pemancingan ikan dan kolam renang.⁴ Penjualan tiket Taman Edukasi Metro pada hari-hari biasa mencapai 25 orang dewasa dan 20 anak-anak. Sedangkan pada hari libur mencapai 350 tiket dewasa dan 300 tiket anak-anak (650 tiket terjual). Akan tetapi pada hari sabtu tahun baru kemaren mencapai 1000 tiket dewasa dan 955 tiket anak-anak.⁵

Tabel 1

Jumlah wisatawan dari tahun 2018-2022 sebagai berikut:

Tahun	Jumlah wisatawan yang berkunjung	Kepuasan
2018-2019	46.655 wisatawan	Puas
2019-2020	35.460 wisatawan	Kurang Puas
2020-2021	42.321 wisatawan	Cukup
2021-2022	36.150 wisatawan	Kurang Puas

³ Ahmad, Mustaq,(2001), *Etika Bisnis Dalam Islam*, Terjemahan Samson Rahman, Jakarta: Pustaka al-Kautsar

⁴ Edi Hartono, Kepuasan Wisatawan di Taman Edukasi Metro, 3 Januari 2022.

⁵ Edi Hartono, Kepuasan Wisatawan di Taman Edukasi Metro, 3 Januari 2022.

Pada tabel diatas dijelaskan bahwa pengunjung Taman Edukasi mengalami kenaikan dan penurunan. Hal tersebut dikarenakan kepuasan wisatawan yang kurang dalam pelayanannya sehingga mengakibatkan tidak stabilnya pengunjung wisata Taman Edukasi Metro setiap tahunnya. Taman Edukasi Metro merupakan tempat rekreasi dan wahana agrowisata Edukasi di Kota Metro Provinsi Lampung yang masih ramai dikunjungi dan banyak menarik perhatian warga sekitar, karena taman edukasi ini cocok untuk berlibur sekaligus belajar. Pengunjungnya bukan hanya pelajar, tetapi juga keluarga karena wisata ini cocok untuk berkumpul keluarga, berliburan dan belajar. Taman Edukasi Metro ini letaknya di samping SMP Yos tepatnya di Jalan Gunung Lawu Yosorejo Metro Timur Kota Metro Lampung. Tempat parkir cukup untuk mobil dan motor. Harga tiket masuk Taman Edukasi dewasa Rp 25.000, per-orang, sedangkan anak-anak Rp 15.000. Hari Senin-Jum'at dibuka untuk pelajar, baik taman kanak-kanak, Siswa SD/SMP, tarif tersebut sudah termasuk snake dan air minum, belum termasuk makanan untuk hewan. Pengunjung bisa membeli makanan untuk hewan seperti wortel tiga ikat dengan harga Rp 5.000, pakan ikan dua bungkus dengan harga Rp 5.000, sedangkan hari Sabtu-Minggu dibuka untuk masyarakat umum. Tetapi berbeda dengan tiket paket edukasi (khusus untuk siswa) dengan harga Rp. 35.000 sudah termasuk fasilitas belajar menanam, pendamping untuk berkeliling, makan siang, pakan untuk hewan, dan kolam tangkap ikan. Pada wahana Taman Edukasi untuk keamanan belum semuanya dapat terpantau oleh CCTV, akan tetapi jika untuk parkir ada CCTVnya (aman) dan pada

salah satu wahana yaitu di kolam renang itu juga ada CCTV (aman). Akan tetapi pada pinggiran kolam renang itu terlalu tajam takutnya jika ada anak-anak yang tidak hati-hati bisa terluka. Jika ada yang kecelakaan dalam wahana tersebut karyawan masih sangat lambat dalam penanganannya sehingga mengakibatkan kurangnya kepuasan tersendiri di hati wisatawan tersebut. Taman Edukasi Metro mempunyai 6 wahana edukasi, diantaranya hidroponik, kebun binatang, taman bunga, kebun sayur, kebun anggur, dan yang terakhir kolam renang. Taman Edukasi resmi dibuka pada tanggal 12 juli 2018 Tepatnya di Jalan Gunung Lawu Yosorejo Metro Timur Kota Metro Lampung.⁶

Untuk meningkatkan kepuasan wisatawan Taman Edukasi Metro, pengelola tempat wisata harus memperhatikan beberapa faktor seperti objek, fasilitas serta pelayanannya. Maka dari itu, peneliti ingin meneliti tentang strategi pelayanan apa yang digunakan wisata Taman Edukasi Metro dalam meningkatkan kepuasan wisatawan. Karena itu termasuk faktor kepuasan wisatawan. Pemberian pelayanan yang baik pada wisatawan tentu saja membawakan dampak positif bagi perusahaan. Dan apabila wisatawan merasa puas, mereka akan berkunjung ulang serta merekomendasikan kepada orang-orang untuk mengunjungi ketempat wisata yang sama karena kepuasan dalam pelayanannya.⁷

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, peneliti tertarik untuk meneliti ini karena peneliti mendapat kabar dari saudara peneliti yang

⁶ Edi Hartono, Kepuasan Wisatawan di Taman Edukasi Metro, 3 Januari 2022.

⁷ *Ibid*

sudah pernah berkunjung dengan serombongan bus ke Taman Edukasi bahwa di Taman Edukasi Metro pelayanannya belum maksimal. Hal ini dibuktikan dengan salah satu rombongan ada yang ketakutan karena kulitnya tertempel ulat dan karyawan disana hanya memberikan obat oles saja. Dan menurut saudara peneliti hal tersebut masih kurang dalam pelayanannya. Maka dari itu peneliti penasaran dan ingin meneliti bagaimana strategi pelayanan Taman Edukasi untuk meningkatkan kepuasan wisatawan? Maka peneliti melakukan penelitian dengan judul :” **STRATEGI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN WISATAWAN TAMAN EDUKASI DITINJAU DARI PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Pengunjung Wisata Taman Edukasi di Kota Metro).**”

B. Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang masalah di atas peneliti menemukan masalah yaitu

1. Bagaimana Strategi Pelayanan Taman Edukasi Metro Untuk Meningkatkan Kepuasan Wisatawan?
2. Bagaimana Perspektif Etika Bisnis Islam Yang Dilakukan Taman Edukasi Metro?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah dijelaskan diatas, tujuan dari penelitian yaitu:

1. Untuk Mengetahui Bagaimana Strategi Pelayanan Taman Edukasi Metro Guna Meningkatkan Kepuasan Wisatawan.

2. Untuk Mengetahui Perspektif Etika Bisnis Islam Yang Dilakukan Taman Edukasi Metro.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan sangat dapat membantu dan menambah keilmuan serta kebaikan tentang pariwisata khususnya Taman Edukasi Metro. Strategi Pelayanan dan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan Taman Edukasi Metro.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan sangat dapat menjadi referensi dan tambahan ilmu bagi pengelola wisata Taman Edukasi Metro, baik dari objeknya dan segi pelayanannya. Sehingga dapat menambah daya tarik wisatawan.

E. Penelitian Relevan

Penelitian relevan ini diajukan untuk meneliti penelitian-penelitian terdahulu yang sifatnya uraian secara sistematis. Dari penelitian terdahulu diperoleh beberapa masalah yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti, yaitu:

1. Penelitian skripsi yang dilakukan oleh JALALLUDDIN MUHAMMAD AKBAR Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Metro (2020), dengan judul "*PENGARUH PELAYANAN, OBYEK DAN DAYA TARIK WISATA SERTA FASILITAS TERHADAP KEPUASAN*

WISATAWAN” (Study Kasus Pengunjung Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) Di Kota Metro. Dalam penelitian ini menjelaskan tentang bagaimana pengaruh pelayanan, obyek dan daya tarik wisata serta fasilitas terhadap kepuasan wisatawan Pasar Yosomulyo Pelangi di Kota Metro. Dari penjelasan dan penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan wisatawan. Penelitian ini terdapat beberapa faktor yang diduga berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan ,yaitu peneliti tidak menjelaskan tentang perilaku wisatawan khususnya wisatawan di Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi). Apakah wisatawan merasakan puas, cukup, atau tidak puas atas pelayanannya. Untuk mengetahui faktor mana yang paling dominan mempengaruhi kepuasan wisatawan. Peneliti ini juga tidak melakukan penelitian mengenai biaya perjalanan, biaya perjalanan ke obyek lain dan lamanya perjalanan.⁸

Persamaan penelitian relevan diatas dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu sama-sama membahas tentang kepuasan wisatawan atas pelayanan yang dilakukan pengelola wisata tersebut. Perbedaannya ialah penelitian relevan diatas difokuskan pada pengaruh pelayanan, faktor obyek dan daya tarik wisata, fasilitas serta kualitas pelayanan yang dikira hal tersebut dapat memberikan kepuasan kepada wisatawan yang maksimal. Sedangkan penelitian ini difokuskan pada bagaimana strategi pelayanan dalam meningkatkan daya tarik kepuasan wisatawan.

⁸ Jalalludin Muhammad Akbar, *Pengaruh Pelayanan, Obyek Dan Daya Tarik Wisata Serta Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Payungi Kota Metro*, Skripsi Institut Agama Islam Negeri Metro, Tahun 2020

2. Penelitian skripsi yang dilakukan oleh Ruknal Sani Nur Wafa dengan judul “*ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PARA PENGUNJUNG OBJEK WISATA DREAMLAND KECAMATAN AJIBARANG KABUPATEN BANYUMAS*” Program Studi Ekonomi Syari’ah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto peneliti ini menjelaskan tentang kepuasan konsumen itu salah satu faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan jasa pelayanan masyarakat bila ingin usahanya bertahan lama. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan para pengunjung pada objek wisata Dreamland. Serta mengetahui seberapa tingginya langkah-langkah strategis yang digunakan untuk kelangsungan dimasa mendatang dengan menggunakan analisi SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) tingkat kepuasan pengunjung setelah mengunjungi dan berwisata di objek wisata Dreamland adalah tinggi. Pengunjung merasa puas pada semua aspek kepuasan pengunjung yang meliputi kenyamanan, hubungan konsumen dengan karyawan, kompetensi petugas dan biaya. 2) langkah-langkah dan strategi untuk meningkatkan kepuasan pengunjung Dreamland di masa mendatang dengan analisis SWOT ditemukan ada 4 strategi peningkatan kualitas layanan untuk meningkatkan kepuasan pengunjung Dreamland di masa mendatang.⁹
- Persamaan penelitian relevan diatas dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu sama-sama membahas tentang kepuasan wisatawan yang

⁹ Ruknal Sani Nur Wafa, *Analisis Tingkat Kepuasan Para Pengunjung Objek Wisata Dreamland Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas*, Skripsi IAIN Purwokerto, Tahun 2017

harus diperhatikan oleh perusahaan jasa pelayanan masyarakat bila ingin usahanya bertahan lama. Perbedaannya ialah penelitian relevan diatas difokuskan kepada bagaimana tingkat kepuasan para pengunjung pada objek wisata Dreamland. Serta mengetahui seberapa tingginya langkah-langkah strategis yang digunakan untuk kelangsungan dimasa mendatang dengan menggunakan analisi SWOT. Sedangkan penelitian ini melakukan penelitian tentang bagaimana strategi pelayanan dalam meningkatkan daya tarik kepuasan wisatawan.

3. Penelitian skripsi yang dilakukan oleh Nyoman Trisna Yuda Permana Jurusan Pemasaran Diploma III Fakultas Ekonomi dengan judul *“STRATEGI PENINGKATAN PELAYANAN WISATAWAN DOMESTIK DISBUDPAR KOTA SEMARANG”* pada tahun 2014. Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana rencana strategis yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang dalam mengembangkan dan memasarkan pariwisata Kota Semarang serta hasil yang telah dicapai dari rencana srategis yang telah dilakukan. Penelitian ini fokus pada strategi pelayanan yang digunakan untuk meningkatkan pemasaran/daya tarik pengunjung. Cara-cara yang dilakukan oleh Disbudpar Kota Semarang dalam memasarkan pariwisata yaitu dengan metode analisa produk, analisa pasar dan memberikan kebijakan harga

serta melakukan promosi, mengikuti even-even pariwisata baik yang diselenggarakan nasional dengan internasional.¹⁰

Persamaan penelitian relevan diatas dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu sama-sama membahas tentang bagaimana strategi pelayanan yang digunakan untuk meningkatkan pemasaran/daya tarik pengunjung. Perbedaannya ialah penelitian relevan diatas difokuskan pada bagaimana kualitas pelayanan dalam kepuasan konsumen/wisatawan, bagaimana cara-cara yang dilakukan oleh Disbudpar Kota Semarang dalam memasarkan pariwisata sedangkan penelitian ini difokuskan pada bagaimana strategi pelayanan dalam meningkatkan daya tarik kepuasan wisatawan.

¹⁰ Nyoman Trisna Yuda Permana, *Strategi Peningkatan Pelayanan Wisatawan Domestik Disbudpar Kota Semarang* Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta, Tahun 2014

BAB II

LANDASAN TEORI

A. STRATEGI PELAYANAN

1. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *strategos* dengan kata lain *stratos* dan *ego*, *stratos* berarti “militer” dan *ego* artinya “memimpin/pemimpin”.¹¹ Pada awalnya strategi itu digunakan pada kepentingan militer saja kemudian berkembang lagi pada bidang yang berbeda seperti strategi ekonomi, manajemen strategic, pemasaran, dan lain sebagainya.¹²

Menurut Kenneth Andrew strategi adalah pola sasaran, yang dikutip oleh Pandji Anogra. Tujuannya yaitu untuk kebijakan dan rencana-rencana penting untuk mencapai tujuan itu. Yang dianut atau yang akan dianut oleh perusahaan seperti menetapkan bisnis.¹³

Strategi adalah ilmu penentuan arah operasi-operasi bisnis berskala besar, perencanaan, dan menggerakkan semua sumber daya yang dapat menguntungkan perusahaan baik secara aktual dalam bisnis. John A Bryene mendefinisikan strategi adalah sebuah pola yang direncanakan dengan interaksi organisasi seperti pasar, pesaing, dan faktor lingkungan.¹⁴

¹¹ Rahmat, *Menejemen Strategik*, (Bandung, CV Pustaka Setia, 2014), h. 2.

¹² Thomas Sumarsan, *System Pengendalian Menejemen*, (Jakarta: Indeks, 2013), h. 61

¹³ Pandji Anogra, *Menejemen Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), h. 339

¹⁴ Ali Hasan *Marketing Bank Syariah*, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 2010), h. 29

Menurut David strategi adalah suatu rencana yang disatukan dengan tujuan jangka panjang.¹⁵ Strategi merupakan sejumlah tindakan yang terkondisikan yang memperoleh keunggulan bersaing dan berhasil mendayagunakan kompetensi inti keberhasilan suatu perusahaan. Yang telah diukur dengan daya saing strategis dan profitabilitas tinggi tujuannya yaitu untuk mengukur kemampuan perusahaan dan mengembangkan lebih cepat kompetensi inti daripada pesaing usaha pada saat ini.¹⁶

Dari pengertian diatas strategi itu cara bagaimana menyikapi suatu keadaan dan kenyataan dengan memberikan solusi untuk mampu keluar dari keadaan tersebut dan solusi cara yang diambil berdasarkan kebutuhan dan mampu memberikan jalan yang terbaik. Atau dapat diartikan kumpulan rencana yang akan dilakukan suatu perusahaan untuk memperoleh tujuan bersama dan berjangka panjang.

2. Pengertian Pelayanan

Kata Pelayanan secara etimologis yaitu “usaha melayani kebutuhan orang lain” pelayanan adalah tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan kepada orang lain (membantu). Selain itu pelayanan juga merupakan proses yang terdiri dari serangkaian aktivitas baik interaksi antara pelanggan dengan karyawan, fisik atau barang, jasa dan sumber daya, penyedia jasa yang disediakan sebagai solusi atas masalah

¹⁵ David, *Manajemen Strategi Konsep* (Jakarta : Selemba Empat, 2004), h. 14

¹⁶ Hitt michael, dkk, *Manajemen Strategis*, (Jakarta: Erlangga,, 1997) h. 137

pelanggan. Pelayanan juga diartikan sebagai petugas karyawan dalam memenuhi keinginan pelanggan.¹⁷

أَفَلَمْ يَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَتَكُون لَهُمْ قُلُوبٌ يَعْقِلُونَ بِهَا
 أَوْ آذَانٌ يَسْمَعُونَ بِهَا فَإِنَّهَا لَا تَعْمَى الْأَبْصَارُ وَلَكِنْ تَعْمَى
 الْقُلُوبُ الَّتِي فِي الصُّدُورِ

Pelayanan dalam ayat ini dijelaskan “maka mereka berjalan di bumi, sehingga hati (akal) mereka dapat memahami, telinga mereka dapat mendengar, sebenarnya bukan mata itu yang buta, tetapi yang buta ialah hati yang di dalam dada”. Pelayanan adalah setiap kegiatan atau tindakan yang bisa ditawarkan kepada suatu pihak kepada pihak lain. Yang sebenarnya tidak dapat terwujud dan tidak dapat menjadikan kepemilikan apapun. Pelayanan dapat diartikan suatu perilaku produsen yang diberikan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tertentu demi tercapainya suatu kepuasan. Kotler juga mengatakan “perilaku tersebut bisa sebelum, sedang berlangsung dan sesudah terjadi transaksi. Pelayanan pada umumnya yang berkualitas tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi juga menimbulkan rasa candu terhadap konsumen. Kata kualitas itu bermakna luas, orang akan berbeda-beda dalam mengartikannya. Tetapi

¹⁷ M. Nur Rianto Al-Alif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syari'ah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 209

dari definisi yang dapat ditemukan memiliki beberapa kesamaan walaupun penyampaiannya terdapat beberapa elemen, yaitu:

- a. Kualitas meliputi semangat baru untuk memenuhi kepuasan pelanggan.
- b. Kualitas meliputi produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan.
- c. Kualitas dapat dikatakan kondisi atau keadaan yang selalu berubah.

Berdasarkan teori diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah setiap bentuk kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk memenuhi kepuasan konsumen. Pelayanan yang dimaksud yaitu sebuah jasa atau servis yang dimiliki oleh pemilik jasa meliputi kecepatan, kemudahan, senyum serta ramah, dan hubungan kemampuan menunjukkan sikap dan sifat melayani dalam kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan dapat dilihat dari tanggapan para konsumen yang nyata mereka terima dengan harapan pelayanan sesungguhnya.¹⁸

Secara etimologis atau KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) pelayan yaitu usaha untuk melayani kebutuhan orang lain. Pelayanan pada intinya itu kegiatan yang dapat ditawarkan konsumen yang dilayani, tidak terwujud sifatnya dan tidak dapat dimiliki. Berdasarkan maksud diatas, pelayanan berkarakteristik sebagai berikut:

- a. Sifat pelayanan tidak dapat diraba.
- b. Pada kenyataannya pelayanan itu tindakan nyata yang bersifat tindakan sosial.

¹⁸ Dhonni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, 199-200.

- c. Pelayanan ini terdiri dari kegiatan produksi dan konsumsi yang sifatnya tidak dapat dipisahkan secara nyata. Karena hal tersebut pada umumnya tempat dan waktu bersamaan.

Karakteristik diatas dapat memberikan pelayanan terbaik, pada dasarnya pengertian lebih luas merupakan usaha apa aja yang dapat mempertinggi kepuasan konsumen.¹⁹

Menurut para pemasar dalam menciptakan pelayanan perlu memperhatikan elemen-elemen pelayanan sebagai berikut:²⁰

1. *Responsiveness* (ketanggapan) yaitu kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan yang tanggap dan cepat serta bertanggung jawab dan dapat menyelesaikan keluhan dengan cepat saat dibutuhkan. Dalam arti pengelola wisata Taman Edukasi Metro dalam melayani pengunjung harus dengan layanan cepat dan selalu siap membantu pengunjung. Dalam pelaksanaan suatu pekerjaan, seseorang dikatakan profesional apabila dirinya bekerja sesuai dengan keahlian dan kemampuannya. Pekerjaan akan dilakukan dan diselesaikan dengan baik secara tepat dan cepat apabila dilakukan oleh orang yang memiliki kemampuan yang sesuai dengan bidang pekerjaannya.
2. *Reability* (kehandalan) yaitu kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan terhadap wisatawan dengan cepat, tepat dan akurat serta tidak ada kesalahan sedikitpun. Ketepatan dan keakuratan inilah yang

¹⁹ Indra Kanedi, Feri Hari Utami, Leni Natalia Zunita, *Sistem Pelayanan Untuk Peningkatan Kepuasan Pengunjung Pada Perpustakaan Arsip Dan Dokumentasi Kota Bengkulu*, Jurnal Pseudocode, Volume. IV. Nomor. 1. Tahun 2017, ISSN 2355-5920.

²⁰ Gregorius Candra, *Strategi dan Program Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), 8-

akan menumbuhkan kepercayaan pengunjung/wisatawan. Dimana pariwisata dituntut untuk menyediakan pelayanan yang handal. Pelayanan jangan sampai mengalami kegagalan. Dengan kata lain, produk atau jasa tersebut dijaga untuk selalu baik, karena kehandalan diperlukan untuk semua konsumen.

3. *Assurance* (jaminan) yaitu kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan terhadap wisatawan yang dipercaya dapat menyembuhkan dan mengamankan, dan juga sifat sopan serta sifat amanah yang dimiliki petugas. Pengetahuan atau wawasan, kesopanan, santun, kepercayaan diri dari pemberi layanan, serta tanggap terhadap wisatawan. Apabila pemberi layanan menunjukkan sikap tanggap, sopan santun dan kelemahlembutan maka akan meningkatkan persepsi positif dan nilai bagi wisatawan pada perusahaan penyedia jasa.
4. *Empathy* (empati) yaitu kemampuan petugas dalam membina perhatian, dan memahami kebutuhan wisatawan. Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan pelanggan dengan berupa memahami keinginan wisatawan dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan, dan mempunyai waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.
5. *Tangible* (kenyataan) yaitu ketersediaan dalam memberikan sarana dan fasilitas fisik yang dapat dirasakan langsung oleh wisatawan, serta penampilan petugas yang dapat dilihat langsung oleh mata. Sarana dan

prasarana yang mendukung pelayanan bagi wisatawan harus diperhatikan²¹

Pada pelayanan wisata Taman Edukasi Metro sudah menerapkan salah dua dari lima elemen diatas yaitu *Responsiveness* (ketanggapan) dan *Tangible* (kenyataan) tetapi belum menerapkan 3 diantaranya, yaitu *Reability* (kehandalan), *Assurance* (jaminan), dan *Emphaty* (empati).

3. Strategi Pelayanan Dalam Islam

Pelayanan dalam sebuah bisnis islami tentunya dilandasi oleh beberapa dasar pokok yang meliputi kepribadian yang amanah dan terpercaya, serta mengetahui dan ketrampilan yang bagus. Adapun hal tersebut yaitu amanah dan ilmu yang kemudian diuraikan dalam perspektif islam sebagai berikut:

a. Perspektif Islam

- 1) *Shidiq* yaitu jujur dan benar, tidak pernah berdusta dalam melakukan berbagai macam transaksi bisnis. Larangan berdusta, menipu,mempermainkan kualitas, dan mengurangi timbangan akan menyebabkan kerugian yang sesungguhnya. Nilai *shidiq* disamping bermakna tahan uji, ikhlas, serta memiliki kesinambungan emosional. Dalam melayani pelanggan harus memiliki sifat jujur. Selain itu percaya diri, berani, kreatif juga mencerminkan kemauan untuk mencari peluang bisnis baru dan berwawasan masa depan. Namun tidak ketinggalan informasi kekinian. Hal ini hanya dapat

²¹ Dhonni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, 56

dimiliki bagi pebisnis yang percaya diri serta siap berbuat dan menanggung resikonya.

- 2) *Amanah dan Fathonah* adalah dapat dipercaya dan cerdas. Dalam melakukan bisnis sifat tersebut harus dipegang teguh. Pebisnis yang cerdas, bertanggung jawab, transparan, tepat waktu memiliki visi dan misi serta manajer dan pemimpin yang cerdas yang sadar produk dan jasa secara berkelanjutan.
- 3) *Tabligh* adalah menyampaikan. Suatu kemampuan seseorang dalam berkomunikasi dengan baik, supel, cerdas, mampu mendeskripsikan tugas, mampu menerima delegasi wewenang, cepat tanggap, kerja tim, koodinasi, kendali, dan supervise.
- 4) *Istiqomah* yaitu seseorang secara konsisten menampilkan dan mengimplementasikan nilai-nilai tersebut diatas walau mendapatkan godaan dan rintangan. Melalui istiqomah diyakini akan ada peluang-peluang bisnis yang perspektif dan menguntungkan sehingga akan terbuka lebar.

b. Prinsip Etika Bisnis Islam

Pada prinsipnya, ajaran islam tentang etika dalam bisnis merupakan suatu petunjuk bagi pelaku bisnis untuk berbuat baik pada diri sendiri, alam sekitar, sesama manusia, serta tidak pernah lalai dalam beribadah kepada Allah SWT. Terhadap bisnis tidak boleh melebihi cinta kepada Allah SWT dan Rasulullah SAW.

Berikut beberapa penjelasan prinsip etika bisnis islam yang dapat dijadikan pedoman bagi pebisnis.

1) Prinsip Tauhid (Kesatuan)

Prinsip ini merupakan prinsip yang mendasari segala aktivitas manusia termasuk bisnis. Dengan hal ini kegiatan bisnis manusia tidak terlepas dari Al-Qur'an (pedoman umat islam) dan dalam rangka melaksanakan perintah tuhan sebagaimana Firman Allah SWT dalam Surat Al-Jumu'ah ayat 10 :

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا
اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya: “Apabila telah ditunaikan sholat, maka bertebaranlah kamu dimuka bumi dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung.”²²

Berdasarkan prinsip tauhid ini para pelaku bisnis paling tidak dapat mewujudkan tiga hal, sebagai berikut

- a) Tidak melakukan deskriminasi terhadap pihak yang lain, misalnya para karyawan, penjual, pembeli, pekerja, atau berbeda ras, warna kulit, jenis kelamin maupun agama. (QS. Al-Hujurat:13

²² Kementerian Agama Republik Indonesia, Tafsir Ringkas (jilid 2) hal 788

- b) Tidak dalam keadaan dipaksa atau terpaksa melakukan praktik-praktik bisnis terlarang, karena hanya Allah lah yang semestinya ditakuti dan dicintai.
- c) Tidak menimbun kekayaan, karena pada hakekatnya kekayaan hanya milik Allah semata. (QS. Al-Khafi: 46)

2) Keseimbangan dan Al-'adl (Keadilan)

Keadilan merupakan prinsip dasar utama yang harus ditegakkan dalam seluruh aspek kehidupan, termasuk kehidupan berbisnis. Prinsip ini mengarahkan pada pelaku bisnis keuangan syari'ah agar dalam melakukan aktivitas ekonominya tidak menimbulkan kerugian (*mudharatan*) bagi orang lain. Keseimbangan dan keadilan, bearti bahwa pelaku bisnis harus imbang dan adil.

Dalam menerapkan keadilan mengarahkan pada transaksi yang jelas dan tidak mengandung unsur penipuan atau riba, baik dalam harga maupun jaminan produk yang diberikan. Pelaku bisnis harus secara transparan, jujur dan menetapkan biaya secara wajar dan tidak berlebihan.

Dalam prinsip ini tergambar dalam sikap kejujuran dalam berbisnis. Kejujuran dalam segala hal akan membawa kebahagiaan didunia dan di akhirat. Seseorang yang jujur akan mempunyai banyak saudara dan dipercaya orang lain. Kejujuran itu membawa berkah, ketenangan jiwa dan ketidakjujuran itu menimbulkan

keraguan. Dalam dunia bisnis sikap ini dapat diwujudkan dengan hal-hal sebagai berikut:

a) Tidak melipatgandakan harga dalam jual beli

Kejujuran merupakan sesuatu yang sangat relevan dalam hal penawaran barang dan jasa dengan mutu dan harga yang seimbang. Menurut Imam Ghazali keuntungan adalah kompensasi dari kesulitan, resiko bisnis dan ancaman keselamatan pedagang. Motif berdagang adalah mencari keuntungan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Namun Imam Ghazali tidak setuju dengan keuntungan yang besar dalam arti melipatgandakan harga dalam jual beli.²³

Keuntungan dalam bisnis Islam tidak hanya sekedar keuntungan yang berupa nilai rupiah, akan tetapi keuntungan yang lebih kekal yaitu keuntungan akhirat. Seorang pebisnis juga harus berlaku ihsan dengan maksud ketika pembeli menambah harga suatu barang karena senangnya akan barang tersebut maka penjual harus mencegahnya. Terlebih jika pembeli benar-benar membutuhkan barang yang dimiliki oleh penjual. Semua pelaku bisnis pasti ingin mendapatkan keuntungan, begitu juga pembeli ingin memperoleh barang dan jasa yang memuaskan.²⁴

²³ Veithzal Rivai, *Islamic Marketing*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012), hlm. 128

²⁴ Sony Keraf, *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*, (Yogyakarta: Kanisius, 1998), hlm. 79

b) Jujur

Dalam dunia bisnis, kejujuran juga bisa ditampilkan dalam bentuk kesungguhan dan ketepatan (mujahadah dan itqan), baik ketepatan waktu, janji, pelayanan, pelaporan, yang kemudian diperbaiki secara terus-menerus, serta menjauhkan diri dari berbuat bohong dan menipu (baik kepada diri sendiri, teman sejawat, perusahaan, maupun mitra kerja).

Sebagaimana sabda Rasulullah SAW :”Hendaknya jujur (benar) karena kejujuran mengantarkan kepada kebaikan, dan kebaikan akan mengantarkan ke dalam Surga. Seseorang yang berusaha untuk jujur akan dicatat oleh Allah sebagai orang yang jujur. Dan jauhilah oleh kamu dusta (kidzib), karena dusta itu akan mengantarkan kepada kejahatan, dan kejahatan akan mengantarkan ke dalam neraka. Seseorang yang selalu berdusta akan dicatat oleh Allah sebagai pendusta” (HR Al-Bukhari).

c) Mengakui kelemahan serta kelebihan produk

Islam mengajarkan agar seorang pebisnis selalu menghidupkan mata hati untuk berlaku jujur. Sekarang ini banyak pedagang yang enggan berterus terang untuk mengakui kelemahan produknya. Sampai-sampai mereka menggunakan suatu hal yang bersifat kebohongan untuk meyakinkan pembeli bahwa produk yang dijualnya memiliki kualitas yang bagus.

Dalam Al- Hadis, yang berarti:

“Abu Hurairah berkata: “Saya mendengar Rasulullah saw. bersabda: “Mengambil sumpah membuat barang terjual, tetapi ini membatalkan perkah.”

Dalam hadist tersebut dapat dijelaskan bahwa dalam melakukan bisnis tidak diperbolehkan melakukan kebohongan. Penjual yang jujur tidak pernah merasa khawatir barangnya tidak terjual karena kecacatannya diketahui konsumen, justru hal tersebut dapat menimbulkan kepercayaan terhadap konsumen.

Dari keseluruhan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan dalam sebuah bisnis islami dilandasi beberapa sifat Allah SWT yang meliputi Shidiq, Amanah dan Fathonah, Tabligh, dan Istiqomah. Sebuah perusahaan harus menanamkan sifat jujur kepada seluruh personal yang terlibat dalam perusahaan tersebut. Dalam berdagang dikenal dengan istilah amanah, artinya penjual menjelaskan ciri-ciri, kualitas, dan harga barang dagangan kepada pembeli tanpa melebih-lebihkannya sehingga diridhoi Allah. Kebenaran adalah Ridho Allah. Berdusta dalam berdagang akan sangat dikecam dalam Islam, terlebih lagi jika disertai dengan sumpah palsu atas nama Allah SWT.²⁵

²⁵ Didin Hafidudin dan Hendri Tanjung. 2003. Manajemen Syari'ah Dalam Praktik, (Jakarta: Gema Insani. Hal.56

B. KEPUASAN WISATAWAN

1. Pengertian Kepuasan Wisatawan

Pengertian Kepuasan Wisatawan adalah suatu keadaan ketika keinginan, kebutuhan, dan harapan wisatawan terpenuhi. Tingkat kepuasan dapat diartikan sebagai fungsi dari perbedaan antara harapan dengan kinerja yang diharapkan. Jika kinerja dibawah harapan, maka wisatawan/pelanggan merasa kecewa, tapi jika kinerja diatas harapan maka wisatawan merasa puas. Wisatawan yang merasa puas akan lebih lama setia, memberikan komentar yang baik tentang pelayanan maupun perusahaan, dan kurang sensitif terhadap harga.²⁶

Pengukuran kepuasan wisatawan merupakan tingkat elemen yang sangat penting guna menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efektif, dan efisien. Tingkat kepuasan wisatawan terhadap pelayanan merupakan faktor yang paling penting dalam mengembangkan sistem pelayanan yang tanggap terhadap wisatawan, meminimalkan biaya, dan menyediakan pelayanan yang baik.

2. Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan

a. Kualitas Pelayanan Wisata.

Definisi kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi keinginan pelanggan/wisatawan. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan pengendalian yang diharapkan untuk memenuhi keinginan

²⁶ Rezki Teguh Sulistiyana, Djamhur Hamid, dan Devi Farah Azizah, *Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Museum Satwa)*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 25, No, 1, Tahun 2015, 3-4

wisatawan.²⁷ Kualitas total suatu pelayanan terdiri atas tiga komponen utama yaitu: *Technical quality*, *Functional quality*, dan *Corporate image*. Kualitas teknis, kualitas fungsional, dan citra perusahaan. Ada delapan kualitas yang dikembangkan yang dapat digunakan sebagai kerangka perencanaan strategis dan analisis, : bahwa kualitas layanan mencakup : Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*responsiveness*), Akses (*Access*), Kompetensi (*Competence*), Komunikasi (*Communication*), Keamanan (*Security*), Kredibilitas (*Credibility*), Memahami pelanggan (*Understanding/knowning the customer*), dan Bukti langsung (*Tangibles*).²⁸

b. Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Wisatawan

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan atas pengendalian untuk memenuhi keinginan wisatawan.²⁹ Ketika pelayanan dijadikan harapan bagi wisatawan, maka kualitas pelayanan menjadi objek yang sangat penting bagi wisata. Hal ini dikarenakan wisatawan yang puas dengan kualitas layanan, baik dari orang-orang baik seperti karyawan langsung, para penjual ditempat-tempat wisata, serta masyarakat ditempat wisata, maka wisatawan

²⁷ Tjiptono, F. 2012. *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

²⁸ Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol 4, No 3, Edisi Khusus Pemasaran & Keuangan 2016: 489-502

²⁹ Tjiptono, F. 2012. *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

tersebut akan cenderung loyal dan ingin kembali menikmati lokasi wisata yang mereka telah kunjungi.³⁰

c. Obyek Dan Daya Tarik Wisata Alam (ODTWA) Dan Kepuasan Wisatawan

Obyek dan daya tarik wisata alam (ODTWA) merupakan obyek yang berbasis pengembangan pariwisata alam yang bertumpu pada sumber daya alam (SDA). OTDWA ini perlu dijaga dan dipelihara dengan baik agar dapat memuaskan wisatawan yang berkunjung ke lokasi, baik wisatawan domestik maupun asing. Dengan kepuasan wisatawan yang berkunjung akan meningkatkan loyalitas dan mempromosikan melalui media sosial tentang OTDWA (Operasi Daya Tarik Wisata Alam). Hal ini akan meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung dan berujung dengan peningkatan ekonomi dan perekonomian di masyarakat.³¹

d. Kualitas Produk Wisata Dan Kepuasan Wisatawan

Kualitas produk wisata merupakan berbagai kesatuan yang terpisahkan antara kualitas dimensi dan kualitas lainnya. Yang berkaitan dengan kepuasan wisatawan. Kualitas produk ini manusialah sendiri yang menciptakan seperti wahana yang menarik, pendidikan yang menunjang, fasilitas yang lengkap, transportasi yang lancar serta

³⁰ Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol 4, No 3, Edisi Khusus Pemasaran & Keuangan 2016: 489-502

³¹ Syahadat, E, 2010. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan di Taman Nasional Gede Pangrango. *Jurnal Unknow*.

manusia yang ramah dan murah senyum. Hal ini akan mendorong pada kepuasan wisatawan yang berkunjung.³²

3. Karakteristik Wisatawan

Berdasarkan ruang lingkup dan wilayah, wisatawan dibagi menjadi wisatawan asing dan wisatawan dalam negeri atau wisatawan domestik atau wisatawan nusantara dalam bahasa Indonesia. Wisatawan asing adalah wisatawan yang tinggal di suatu daerah pergi ke daerah lain untuk melakukan perjalanan. Sedangkan wisatawan dalam negeri adalah wisatawan yang pergi di daerah tempat tinggalnya.

Karakteristik wisatawan yang lain itu dibedakan berdasarkan perjalanan atau motivasi kegiatannya. Karakteristik wisatawan tersebut dibagi 2 yaitu *trip descriptor* dan *tourist descriptor*. Karakteristik berdasarkan *trip descriptor* dibedakan berdasarkan spesifik tujuan dari perjalanan, yakni mengunjungi teman atau keluarga, perjalanan rekreasi, berdasarkan cara dan lama perjalanan, berdasarkan jenis akomodasi dan alat transportasi yang digunakan, serta besarnya pengeluaran untuk berwisata. Karakteristik *tourist descriptor* merupakan pembagian karakteristik wisatawan berdasarkan karakter sosio demografis, sosio geografis dan psikografis. Sosio demografis adalah karakteristik yang sering muncul dan mendasar pada pariwisata, karena berhubungan dengan pemasaran dan perencanaan. Beberapa item yang digunakan dalam penelitian sosio demografis adalah umur, jenis kelamin, tingkat

³² Fatmawati Kalebos, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan Yang Berkunjung Ke Daerah Wisata Kepulauan*, Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Vol. 4, No. 3, 2016

pendidikan, anggota keluarga, dan status perkawinan. Karakteristik sosio geografis adalah pembagian wisatawan berdasarkan lokasi atau daerah asalnya, bisa berdasarkan kota asal, desa, negara asal, provinsi. Ataupun dapat dianalisis dari tempat tinggal serta kepadatan penduduk dinegara, kota, maupun desa asalnya tersebut. Karakteristik sosio psikografis adalah karakteristik wisatawan yang mencakup gaya hidup, kelas sosial dan karakter personal dari wisatawan itu sendiri dalam memutuskan wisata maupun pergi kesuatu negara.³³

4. Kepuasan Wisatawan

Kepuasan wisatawan merupakan salah satu ukuran kinerja organisasi yang sangat signifikan terhadap keberhasilan organisasi tersebut. Terdapat beberapa definisi tentang kepuasan wisatawan yang digunakan para peneliti sebelumnya. Berbagai definisi yang telah diidentifikasi dalam penelitiannya, salah satunya definisi konseptual dari literatur. Berdasarkan beberapa definisi konseptual tersebut kepuasan wisatawan disimpulkan menjadi tiga komponen utama yaitu yang pertama, kepuasan wisatawan merupakan tanggapan emosional dan kognitif/perhatian, kedua tanggapan lebih difokuskan pada produk, ekspektasi, konsumsi, dan pengalaman, ketiga tanggapan terjadi setelah konsumsi, setelah diakumulasikan dan pemilihan pada pengalaman. Kepuasan wisatawan adalah penilaian konsumsi berdasarkan produk dan

³³ Koman Ratih Tanjungsari, *Karakteristik dan Persepsi Wisatawan Mancanegara di Kawasan Sanur dan Canggu, Bali*, Jurnal Pariwisata Terapan, No. 2, Vol. 2, 2018

jasa. Kepuasan wisatawan didefinisikan sebagai kepuasan menyeluruh, yaitu tanggapan secara menyeluruh tentang puas atau tidak puasnya terhadap total atribut produk atau jasa. Persepsi kualitas destinasi wisata yang dirasakan wisatawan selama dan setelah mengunjungi destinasi wisata merupakan kualitas pariwisata dan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Kualitas jasa merupakan yang utama bagi kepuasan wisatawan.³⁴ Kepuasan dapat dilihat dari setelah pembelian hasil perbandingan antara harapan sebelum pembelian dengan kinerja sesungguhnya. Kepuasan diartikan dengan perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Apabila hasil produk lebih rendah dari harapannya maka wisatawan tidak puas, apabila hasil produk sesuai dengan harapannya maka wisatawan merasa puas, dan jika hasil produk melebihi harapan maka wisatawan akan merasa sangat puas.³⁵ Dan apabila wisatawan merasa sangat puas, wisatawan akan merekomendasikan ke orang lain, sanak saudara, teman, dan sahabatnya untuk berkunjung ke tempat wisata yang sama karena pelayanannya yang memuaskan.³⁶

³⁴ Basiya R dan Hasan Abdul Rozak, *Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan Dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara Di Jawa Tengah, Semarang*, Jurnal Dinamika Kepariwisata Vol. 11. No. 2, Oktober 2012

³⁵ Suryadana, M. Liga dan Vanny Octavia. 2015. *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabeta 2015

³⁶ Eka Rosyidah Aprilia, *Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan terhadap Kepuasan Wisatawan Di Pantai Balekambang Kabupaten Malang*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 51 No. 2 Oktober 2017

C. ETIKA BISNIS ISLAM

1. Pengertian Etika

Istilah “etika” dan “moral” sering kali digunakan secara bergantian mempunyai arti yang sama dan untuk maksud yang sama. Etika berasal dari bahasa latin “*etos*” yang artinya kebiasaan. Sinonimnya adalah “moral” yang berasal dari bahasa yang sama “*mores*” yang artinya kebiasaan. Sedangkan bahasa arab mufrodnya “*akhlaq*” jamaknya “*khuluq*” yang artinya budi pekerti. Keduanya bisa diartikan adat istiadat dan kebiasaan, tindakan dan perilaku manusia.³⁷

Imam Al-Ghozali dalam kitabnya *Ihya ‘Ulumuddin* menjelaskan pengertian “*khuluq*” (etika) yaitu suatu sifat yang terdapat dalam jiwa, yang jika melakukannya tanpa sebuah pikiran, maksudnya murni dari hati itu sendiri. Dengan demikian etika bisnis islam adalah akhlaq dalam menjalankan bisnis sesuai syariat islam, sehingga tidak ada rasa khawatir ketika menjalankan bisnis karena sudah dilakukan sesuai syariat islam.

Berdasarkan dari beberapa pengertian diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa etika adalah kebiasaan atau perilaku yang muncul dalam diri seseorang baik itu baik atau buruk.³⁸ Menurut para ahli, etika tidak lain adalah aturan perilaku, adat kebiasaan manusia dalam pergaulan antara sesamanya dan menegaskan mana yang benar dan mana yang buruk.³⁹

³⁷ Muhammad Lukman Faurori R, *Visi Al-Qur’an Tentang Ai-Qur’an dan Bisnis*, (Jakarta, Salemba Diniyyah, 2002) h. 70.

³⁸ Erly Juliani, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, Jurnal Ummu Qurro. Vol 7 No. 1 Maret 2016

³⁹ Elias A, Elias & Ed E Elias, *Modern Dictionary English Arabic*, Kairo, Elias Modern Publishing House&Co, 1986;250

Perkataan etika atau lazim juga disebut etik, berasal dari kata Yunani Ethos yang berarti norma-norma, nilai-nilai, kaidah-kaidah dan ukuran-ukuran bagi tingkah laku manusia yang baik, seperti yang dirumuskan oleh beberapa ahli yaitu:

- a. Etika sebagai pandangan manusia dalam berperilaku menurut ukuran dan nilai yang baik.⁴⁰
- b. Etika adalah teori tentang tingkah laku perbuatan manusia dipandang dari segi baik dan buruk, sejauh yang dapat ditentukan oleh akal.⁴¹
- c. Etika adalah cabang filsafat yang berbicara mengenai nilai dan norma moral yang menentukan perilaku manusia dalam hidupnya.⁴²

Etika dalam perkembangannya sangat mempengaruhi kehidupan manusia. Etika memberi manusia orientasi bagaimana ia menjalani hidupnya melalui rangkaian tindakan sehari-hari. Itu berarti etika membantu manusia untuk mengambil sikap dan bertindak secara tepat dalam menjalani hidup ini. Etika pada akhirnya membantu kita untuk mengambil keputusan tentang tindakan apa yang perlu dilakukan, dan yang perlu dipahami bersama bahwa etika ini dapat diterapkan dalam segala aspek atau sisi kehidupan kita. Dengan demikian etika ini dapat dibagi menjadi beberapa bagian sesuai dengan aspek kehidupan manusianya.

⁴⁰ Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*, Bandung, Alfabeta, 1997 ;15

⁴¹ Gunadi Endro *redifinisi Bisnis, Suatu Penggalihan Etika Keutamaan Aristoteles*, Jakarta, Pustaka Binaman Pressindo, 1999; 2

⁴² Gunadi Endro, 1999; 4

2. Etika Bisnis Islam

Dalam buku etika bisnis karangan Prof. Dr. H. Muhammad Djakfar menyebutkan bahwa etika bisnis adalah “norma-norma etika yang berbasiskan Al-Qur’an dan Al-Hadits yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam menjalankan bisnisnya”.⁴³

Etika bisnis Islam adalah akhlaq seseorang menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai atau syari’at islam, sehingga tidak perlu khawatir dalam menjalankan bisnisnya, karena sudah diyakini dengan baik dan benar. Nilai moral, etika, akhlak atau susila adalah nilai-nilai yang mendorong manusia menjadi pribadi yang utuh. Seperti kebenaran, kejujuran, kemerdekaan, kebahagiaan, keadilan dan cinta kasih. Apabila nilai etik ini dilakukan maka akan menyempurnakan hakikat kemanusiaan dengan seutuhnya. Setiap orang boleh mempunyai seperangkat pengetahuan tentang nilai, tetapi pengetahuan yang bisa mengendalikan perilaku manusia itu hanya Al-Qur’a n dan Al-Hadits sebagai sumber pedoman dan arahan setiap sendi kehidupan, termasuk berbisnis.

Etika atau akhlak mempunyai kedudukan yang sangat penting dimata manusia, baik bagi individu maupun kelompok, kemuliaan umat di muka bumi tergantung akhlak mereka, dan kerusakan di muka bumi juga disebabkan oleh kebejatan manusia yang tidak mempunyai akhlak.

⁴³ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis*, (Jakarta: Penebar Plus, 2012), 29

Kehidupan manusia memerlukan akhlak, tanpa akhlak kehidupan manusia akan sengsara dan tidak mungkin berlangsung.⁴⁴

Bisnis dalam ilmu ekonomi adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan keuntungan/laba.⁴⁵ Secara historis kata bisnis berasal dari bahasa Inggris yang artinya sibuk dalam konteks individu, komunitas, ataupun masyarakat. Dalam artian sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan. Pada dasarnya bisnis dapat dirasakan semua orang, hal ini berupaya ketika memenuhi kebutuhan hidupnya. Namun dalam kenyataan bisnis bukanlah semata-mata sebagai upaya pemenuhan kebutuhan individu melainkan merambah kepada kebutuhan masyarakat bahkan negara. Dengan demikian bisnis merupakan aktivitas yang cakupannya sangat luas, ia meliputi aktivitas memproduksi barang tambang atau pertanian dari bumi, memproses bahan-bahan dasar hingga berguna, membuat berbagai barang jadi, mendistribusikan barang, menyediakan jasa, menjual dan membeli barang dagangan ataupun aktivitas yang berkaitan dengan suatu pekerjaan yang bertujuan untuk memperoleh penghasilan.⁴⁶

⁴⁴ *Ibid.*

⁴⁵ Bukhari Alma, 1997 ; 18

⁴⁶ Gunadi Endro, *Redefinisi Bisnis; Suatu Penggalan Etika Keutamaan Aristoteles* , Jakarta, Pustaka Binaman Pressindo, 1999, 15

3. Fungsi Etika Bisnis Islam

Pada dasarnya terdapat fungsi yang khusus dalam etika bisnis islam, sebagai berikut dijelaskan:

- a. Etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyasikan dan menyelaraskan dunia bisnis.
- b. Etika bisnis mempunyai peran selalu melakukan perubahan bagi masyarakat yang sadar tentang bisnis, terutama bisnis islami. Cara ini dapat memberikan pemahaman dan cara pandang baru tentang suatu bisnis menggunakan landasan-landasan nilai moralitas dan spiritualitas.
- c. Etika bisnis islami juga bisa memberikan peran sebagai satu solusi terhadap persoalan bisnis. Dalam arti bahwa bisnis yang beretika harus berlandaskan Al-Qur'an dan Al-Hadits.⁴⁷

4. Etika Bisnis Islam Terkait Pemasaran

Secara umum pemasaran islami adalah strategi bisnis yang harus memayungi seluruh aktivitas dalam sebuah perusahaan, meliputi seluruh proses, menciptakan, menawarkan, pertukaran nilai dari seorang produsen, atau satu perusahaan yang sesuai dengan ajaran islam.

- a. Etika Pemasaran dalam Al-Qur'an

Etika sebagai prinsip dan nilai mengajarkan tentang kebaikan dan keburukan berdasarkan ajaran Islam yang bersumber kepada akal dan wahyu. Etika atau moral dalam Islam merupakan bentuk keimanan,

⁴⁷ *Ibid.*

keislaman, dan ketakwaan, didasarkan pada keyakinan kebenaran Allah.² Dalam Islam, istilah berhubungan dengan etika dalam al-Qur'an yaitu khuluq. Dalam al-Qur'an, etika yaitu hal-hal yang dapat menuju kepada kebaikan. al-Qur'an menggunakan beberapa istilah lain untuk menggambarkan konsep tentang kebaikan yaitu: khayr (kebaikan), birr (kebenaran), qist (persamaan), 'adl (kesetaraan dan keadilan), haqq (kebenaran dan kebaikan), ma'ruf (mengetahui dan menyetujui), dan taqwa (ketakwaan). Tindakan terpuji disebut sebagai shalihah dan tindakan yang tercela disebut sebagai sayyi'at

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ

كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu. Q.s an Nisa 29

Ayat ini menerangkan hukum transaksi perdagangan, bisnis, dan jual beli. Dalam ayat ini Allah mengharamkan orang beriman untuk memakan, memanfaatkan, menggunakan, (dan segala bentuk transaksi lainnya) harta orang lain dengan jalan yang batil, yaitu yang tidak dibenarkan oleh syari'at. Jual beli itu harus dilandasi dengan

keikhlasan dan keridloan. Artinya tidak boleh ada kedhaliman, penipuan, pemaksaan dan hal-hal lain yang merugikan kedua pihak.⁴⁸

b. Etika Pemasaran dalam Hadits

Akhlak dalam kehidupan manusia merupakan hal yang terpenting, sebagai individu maupun sebagai anggota masyarakat dan bangsa. Akhlak berperan penting agar apa yang dilakukan tidak merugikan orang lain. Sebab jatuh bangunnya, jaya hancurnya, sejahtera rusaknya suatu bangsa dan masyarakat, tergantung kepada bagaimana akhlaknya. Apabila akhlaknya baik, akan sejahteralah lahir batinnya, akan tetapi apabila akhlaknya buruk, rusaklah lahirnya atau batinnya.

Rasulullah berpegang pada lima konsep. Pertama jujur, suatu sifat yang sudah melekat pada diri beliau. Kedua, ikhlas, di mana dengan keikhlasan seorang pemasar tidak akan tunggang langgang mengejar materi belaka. Ketiga, profesionalisme yaitu selalu bekerja dengan maksimal. Keempat, silaturahmi yang mendasari pola hubungan beliau dengan pelanggan, calon pelanggan, pemodal, dan pesaing. Kelima, murah hati dalam melakukan kegiatan perdagangan.⁴⁹

Dari Jabir bin Abdullah r.a. ia berkata: Rasulullah SAW bersabda: “Allah mengasihi orang yang murah hati ketika menjual, ketika membeli, dan ketika menagih.” (H. R. Muslim).

Hadis ini menjelaskan keutamaan sikap lemah lembut dan mudah dalam melakukan muamalat. Hadis ini bertujuan hendak mendorong

⁴⁸ Arfin Hamid, *Hukum Ekonomi Islam (Ekonomi Syariah) di Indonesia: Aplikasi & Prospektifnya* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2007), 44.

⁴⁹ Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 12

kita agar menjauhi sikap mempersulit urusan serta mengedepankan sikap lemah lembut. Hadis ini menganjurkan untuk bersikap sederhana dalam melakukan muamalat, tidak berbelit-belit, dan tidak mempersulit dalam menuntut hak serta agar memiliki akhlak mulia dalam segala urusan. Hadis ini menjadi dasar tentang dihapusnya kesalahan-kesalahan dengan berbuat kebaikan, dan memperhatikan keutamaan orang kaya atas orang miskin.

c. Etika Pemasaran dalam Islam

Perbedaan pemasaran konvensional dan pemasaran Islami adalah bentuk dari produk atau pelayanan yang memerlukan jaminan halal sesuai dengan syariat Islam. Hanya Pemasaran Islam yang dapat menyeimbangkan keduniawian dan dimensi spiritual dalam memenuhi kebutuhan manusia sesuai ajaran Islam dan dapat memaksimalkan kesejahteraan dunia serta membangun persaudaraan antara semua pemilik modal untuk menciptakan keadilan sosial ekonomi pada seluruh lapisan kehidupan manusia. Kesatuan antara ekonomi dan akhlak semakin jelas pada setiap langkah-langkah ekonomi, baik yang berkaitan dengan produksi, distribusi, peredaran, dan konsumsi. Seorang muslim secara pribadi maupun bersama-sama tidak bebas mengerjakan apa saja yang diinginkannya, atau apa yang menguntungkan saja. Sesungguhnya setiap muslim terikat oleh iman dan akhlak pada setiap aktifitas ekonomi yang dilakukannya, baik dalam melakukan usaha, mengembangkan maupun menginfakan

hartanya. Dalam praktiknya pelaku pemasaran akan senantiasa mempertimbangkan segala aktivitasnya apakah berada dalam bingkai ajaran Islam dengan berpedoman pada prinsip ekonomi Islam, karena hal ini sangat berimplikasi pada seluruh aspek kehidupan manusia secara keseluruhan. Beberapa ahli mendefinisikan ekonomi Islam sebagai suatu ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan dengan alat pemenuhan kebutuhan yang terbatas di dalam kerangka syariah Islam.⁵⁰

Etika pemasaran dalam ekonomi Islam berpedoman pada prinsip dan nilai dasar ekonomi Islam, yaitu: 1. Tauhid, 2. Kepemilikan, 3. Keseimbangan, 4. Keadilan, 5. Produktivitas.

Menurut Wan Sulaiman Wan Yusof, adalah untuk meraih ‘al-falah dan mendapatkan keuntungan yang berlipat ganda diakhirat kelak bagi dirinya maupun bagi semua manusia.⁴⁹ Etika yang harus ada pada praktik pemasaran, yaitu: 1. Memiliki kepribadian spiritual (takwa) 2. Berperilaku baik dan simpatik (shidq) 3. Berlaku adil dalam bisnis (al-‘adl) 4. Bersikap melayani dan rendah hati (khidmah) 5. Menepati janji dan tidak curang 6. Jujur dan terpercaya (al-amanah) 7. Tidak suka berburuk sangka (su’uzh-zhann) 8. Tidak suka menjelek-jelekan (ghibah) 9. Tidak melakukan sogok (riswah) 10. Memiliki akhlak yang terpuji (husnul Khuluq) 11. Toleran.

⁵⁰ Veithzal Rivai dan Andi Buchari, *Islamic Economics: Ekonomi Syariah Bukan Opsi, Tetapi Solusi!* (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), 233

Penulis menarik kesimpulan bahwa etika pemasaran islam bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits, keduanya tidak dapat dipisahkan. Karena merupakan satu kesatuan pedoman yang dijadikan dalam berbisnis.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian merupakan suatu proses atau kegiatan yang dilakukan secara sistematis, logis serta terencana, untuk mengumpulkan, mengelola, dan menganalisis data dengan metode atau teknik tertentu untuk mencari suatu jawaban dari suatu permasalahan yang ada.

1. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan adalah *field research* (penelitian lapangan). Penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan disuatu tempat yang dipilih sebagai lokasi dan objek penelitian.⁵¹ Penelitian ini dilakukan di Taman Edukasi Metro.

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Menurut sumadi Suryabrata menyatakan bahwa penelitian deskriptif merupakan suatu penelitian yang bermaksud mengadakan pemeriksaan dan pengukuran-pengukuran terhadap gejala tertentu.⁵² Berdasarkan penjelasan diatas, penelitian deskriptif kualitatif dalam penelitian ini adalah mendeskripsikan dan menggambarkan mengenai strategi pelayanan yang digunakan wisata Taman Edukasi Metro untuk meningkatkan kepuasan wisatawan.

⁵¹ Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian Dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006), hal 96

⁵² Ibid. Hal 97

B. Sumber Data

Sumber data penelitian kualitatif adalah tampilan yang berupa kata-kata lisan atau tertulis yang dicermati oleh peneliti, dan benda-benda yang diamati sampai detailnya agar dapat ditangkap makna yang tersirat dalam dokumen atau bendanya.⁵³ Dari penjelasan diatas sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang diperoleh penelitian dari sumber asli.⁵⁴ Artinya sumber data yang diperoleh langsung dari sumbernya. Adapun yang menjadi sumber data primer adalah pengelola dan karyawan yaitu ibu Fitra selaku direktur, bapak Edi Hartono selaku manager dan kakak Marta Riyandhani selaku administrasi. Sedangkan dari pengunjung wisata Taman Edukasi Metro yaitu

1. Usia 0-12 tahun

- a. M Dai Rafif Al-Husni
- b. Denta
- c. Siti Amel
- d. Abdullah Rasyiqul Abid
- e. Faruq Munhamir Ahmad

2. Usia 12-24 tahun

- a. Triska Katrin Ningtias

⁵³ Sandu Siyoto, Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 28.

⁵⁴ Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta : Rajawali Pres, 2008), 103.

- b. Amelya Nur Afifah
 - c. Salama
 - d. Liza Nur Aini
3. Usia 24 tahun keatas
- a. Ibu Susi Hernawati
 - b. Bapak Ahmad Husaini
 - c. Ibu Sugiyem
 - d. Ibu Mardiyah

Teknik pengambilan data primer dilakukan secara *Accidental Sampling*. *Accidental Sampling* merupakan pengambilan sampel secara aksidental (*accidental*) dengan mengambil kasus atau responden yang kebetulan ada atau tersedia disuatu tempat sesuai dengan konteks penelitian sehingga dalam teknik sampling ini peneliti mengambil responden pada saat itu juga.⁵⁵ Orang yang menjadi informan atau narasumber untuk sumber data primer ini adalah tiga dari pihak pengelola dan dari pihak pengunjung yaitu lima anak-anak, empat dewasa, dan empat orang tua.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.⁵⁶ Adapun sumber data sekunder dari penelitian ini adalah berupa jurnal dan buku yang berkaitan dengan judul. Adapun rujukan dari pada jurnal dan buku tersebut adalah:

⁵⁵Ananda Dwitha Yuniar, et al, *Literasi Digital: Tren, Tantangan dan Peluang*, (Cipta Media Nusantara:2021),20.

⁵⁶ Ibid, Hal 10

- a. Basiya R dan Hasan Abdul Rozak, *Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan Dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara Di Jawa Tengah, Semarang*, Jurnal Dinamika Kepariwisata Vol. 11. No. 2 Oktober 2012.
- b. Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*”, (Bandung; Alfabeta, 2019), hlm 8
- c. Ditha prasanti *Penggunaan Media Komunikasi Bagi Remaja Perempuan Dalam Pencarian Informasi Kesehatan*” (Bandung; 2018) Jurnal Lontar Volume 6 Nomor 1.
- d. Fatmawati Kalebos, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan Yang Berkunjung Ke Daerah Wisata Kepulauan*, Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Vol. 4, No. 3, 2016
- e. Indra Kanedi, Feri Hari Utami, Leni Natalia Zunita, *Sistem Pelayanan Untuk Peningkatan Kepuasan Pengunjung Pada Perpustakaan Arsip Dan Dokumentasi Kota Bengkulu*, Jurnal Pseudocode, Volume. IV. Nomor. 1. Tahun 2017, ISSN 2355-5920.
- f. Mulyani Deddy, “*Metodologi Penelitian Kualitatif*”, (Bandung; PT REMAJA ROSDAKARYA, 2010), Hal 180

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan bagian dari kegiatan penelitian, dimana petugas pelaksanaannya tidak harus seorang peneliti itu sendiri, melainkan dapat melibatkan teman atau orang lain sebagai petugas pengumpulan data.⁵⁷

Untuk memperoleh data yang diperlukan peneliti menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

1. Wawancara

Wawancara adalah suatu bentuk komunikasi yang dilakukan peneliti untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan, dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan kepada narasumber, wawancara ini bisa dilakukan dua orang atau lebih.⁵⁸

Adapun wawancara yang peneliti gunakan adalah wawancara semi terstruktur yaitu wawancara yang pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Adapun tujuan wawancara semi terstruktur adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka dan pihak yang diwawancarai dimintai pendapatnya.

Adapun dalam penelitian ini pihak yang diwawancarai adalah Bu Fitra dan Pak Edi Hartono sebagai pengelola Taman Edukasi, dan dari pengunjung Taman Edukasi Metro diantaranya lima anak-anak, empat dewasa, dan empat orang tua..

⁵⁷ Adhi Kusumastuti, Ahamd Mustamil Khoiron, *Metode Penelitian Kualitatif*, (LPSP: Karawang 2019), 98.

⁵⁸ Deddy Mulyani, "*Metodologi Penelitian Kualitatif*", (Bandung,; PT REMAJA ROSDAKARYA, 2010), Hal 180

2. Observasi

Observasi merupakan metode atau cara-cara menganalisis dan menggandakan pencatatan secara sistematis mengenai tingkah laku dengan melihat dan mengamati individu atau kelompok secara langsung.⁵⁹

Observasi ini dilakukan untuk mengumpulkan data dengan cara terjun langsung, mengamati serta mencatat hal-hal yang berkaitan tentang strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan wisatawan Taman Edukasi Metro.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu teknik pengumpulan data dengan melihat data-data yang tertulis yang mengandung suatu keterangan dan kejelasan tentang strategi pelayanan yang aktual dan sesuai dengan masalah peneliti.⁶⁰

Dalam penelitian ini sumber yang akan dijadikan sebagai alasan dari dokumentasi yaitu data yang tertulis seperti dokumen, atau catatan-catatan dan gambar yang berhubungan dengan penelitian di Taman Edukasi Metro.

⁵⁹ Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, (Bandung: Alfabeta 2010), 193.

⁶⁰ *Ibid*, hal 231

D. Teknik Analisis Data

Data pertama yang diperoleh dari hasil wawancara tersebut, kemudian diolah dan dianalisa menggunakan metode kualitatif, yaitu menjabarkan keterangan-keterangan dengan mengacu teori-teori yang terdapat pada pokok permasalahan, sedangkan dokumentasi digunakan untuk menjangkau wawancara. Dari data-data yang sudah terkumpul tersebut selanjutnya dianalisa untuk kemudian ditarik kesimpulan. Dalam pengambilan kesimpulan ini, digunakan analisa kualitatif dengan cara berfikir *induktif*. Menurut Sutrisno Hadi, berfikir induktif berangkat dari fakta-fakta atau peristiwa konkret, kemudian dari fakta-fakta atau peristiwa yang khusus ditarik menjadi generalisasi-generalisasi yang mempunyai sifat umum.⁶¹

Berdasarkan penjelasan diatas, maka peneliti menganalisa data, peneliti menggunakan data yang diperoleh kemudian data tersebut dianalisa dengan menggunakan cara berfikir induktif yang berasal dari informan tentang strategi pelayanan guna meningkatkan kepuasan wisatawan Taman Edukasi Metro.

⁶¹ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research untuk Paper. Skripsi Tesis dan Disertai*, (Universitas Gajah Mada 1994), 42.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Sejarah Taman Edukasi

Taman pada mulanya dibentuk oleh para penguasa kuno dalam bentuk lahan pertanian yang memiliki variasi bentuk keindahan alam. Memiliki pohon yang rindang, berbagai macam warna pada bunga, aliran air dan bebatuan yang dibentuk dengan nilai estetika yang tinggi. Kemudian bentuk-bentuk ini dijadikan taman yang dapat dinikmati oleh berbagai kalangan baik anak-anak, muda, remaja, dewasa, maupun tua. Taman edukasi merupakan salah satu sarana alternatif untuk mendukung perkembangan edukasi/pendidikan anak pada usia dini. Taman edukasi yang dilengkapi dengan fasilitas dan sarana yang dapat menunjang pengetahuan anak.⁶²

Taman digambarkan dengan hutan-hutan yang berisi penuh pepohonan dan mata air. Taman telah diketahui dan dibuat oleh manusia sejak jaman sebelum masehi. Taman kuno tersebut dapat ditemukan diberbagai istana raja pada masanya, baik itu masih utuh keberadaannya sampai saat ini maupun sudah rusak dimakan usia atau faktor lainnya.

Salah satu hal yang masih minim pada suatu kota yaitu memiliki wisata edukasi, yang sejatinya adalah salah satu cara pembelajaran yang pentingbagi anak agar belajar dapat lebih menyenangkan. Taman edukasi

⁶² Laurie, Michael *Arsitektur Pertamanan*. Intermatra. Bandung:1986

merupakan suatu program yang menggabungkan antara belajar dengan rekreasi. Jadi setiap anak dapat melakukan kegiatan secara langsung pada alam sehingga anak dapat terus belajar secara optimal dengan lingkungan sekitarnya.⁶³

2. Sejarah Singkat Taman Edukasi di Kota Metro

a. Awal mulanya Taman Edukasi Metro didirikan

Awal mula taman edukasi didirikan itu dulunya taman pribadi. Owner membangun taman edukasi untuk keluarganya, karena keluarga beliau ada yang dari luar Lampung contoh dari Padang, Jakarta dan tempat lain. Jadi kalau mereka datang ke Metro berkunjung di rumah ownernya itu ada tempat singgah sambil refresing. Tapi owner kita berkomunikasi dengan pihak lain contoh dengan pihak dari pemerintah dan dapat dukungan dari pihak-pihak lain sehingga owner menyetujui taman edukasi ini yang sebelumnya hanya untuk pribadi kini terselenggara untuk umum. Sasaran Taman Edukasi Metro yaitu mulai dari anak paud, Tk, SD, SMP (yang masih dasar) untuk mengenalkan pertanian dan pendidikan.⁶⁴

b. Lokasi Taman Edukasi Metro

Taman Edukasi Metro ini berlokasi di samping SMP Yos tepatnya di Jalan Gunung Lawu No. 44 Yosorejo Kec. Metro Timur Kota Metro, Lampung 34124, Indonesia. Sebelum menjadi taman edukasi Metro merupakan taman persinggahan keluarga yang berdiri

⁶³ Ibid.

⁶⁴ Bapak Edi Hartono, Manager Taman Edukasi Metro, 22 Maret 2022

tahun 2016. Pada tanggal 12 juli 2018 Taman Edukasi Metro resmi dibuka.⁶⁵

c. Visi dan Misi Taman Edukasi Metro

1) Visi taman edukasi Metro

Menjadikan taman edukasi sebagai tempat rekreasi dan belajar yang terdepan bagi anak-anak.

2) Misi taman edukasi Metro

a) Memberikan pembelajaran langsung ke lapangan.

b) Memberikan pengetahuan tentang kasih sayang terhadap hewan dan tumbuhan.

c) Ikut serta terlibat dalam membangun dan mengembangkan wisata taman edukasi.

d. Manfaat Taman Edukasi Metro

1) Sebagai tempat komunikasi sosial

2) Sebagai sarana berolahraga, bermain, belajar dan rekreasi

3) Menambah nilai estetika sebuah lingkungan sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi kota tersebut

4) Sebagai pelestarian ekosistem.⁶⁶

e. Struktur Organisasi Taman Edukasi Metro

Struktur organisasi merupakan sarana yang menentukan keberhasilan perusahaan dengan adanya struktur organisasi berarti telah terdapat pembagian tugas yang jelas dan tegas untuk mencapai tujuan

⁶⁵ Bapak Edi Hartono, Manager Taman Edukasi Metro, 22 Maret 2022

⁶⁶ Bapak Edi Hartono, Manager Taman Edukasi Metro, 22 Maret 2022

yang telah ditentukan. Organisasi Taman Edukasi Metro secara skema terdapat pada lampiran. Berikut adalah skema Taman Edukasi Metro:

Gambar 2
Struktur Organisasi Taman Edukasi Metro



Anggota terdiri:

1. Rahman Novian Jaya
2. Ilham Riyadi
3. Intan Warohmah
4. Amelia
5. Muhammad Khaidar Zul Firmansyah
6. Ari Wijayanti

B. Strategi Pelayanan Taman Edukasi Metro Untuk Meningkatkan Kepuasan Wisatawan

1. Strategi pelayanan pada Taman Edukasi Metro untuk meningkatkan kepuasan wisatawan

Strategi pelayanan merupakan cara bagaimana menyikapi suatu keadaan dan kenyataan dengan memberikan solusi untuk mampu keluar dari keadaan tersebut. Strategi itu sendiri suatu seni menggunakan kecakapan dan sumber daya suatu organisasi untuk mencapai suatu sasarannya melalui hubungannya yang efektif dengan lingkungan itu sendiri. Pada hakekatnya pelayanan itu melayani secara maksimal dan merupakan kunci keberhasilan suatu perusahaan yang bertujuan untuk mendapatkan suatu pengakuan dari pengunjung akan tingginya kualitas pelayanan yang diberikan oleh Taman Edukasi Metro.

Taman Edukasi Metro menyadari dengan baik bahwa mereka tidak hanya fokus mencari pelanggan atau pengunjung saja, melainkan harus memiliki strategi menjaga hubungan baik dengan pelanggan jangka panjang agar pelanggan (baik pelanggan baru maupun pelanggan lama) menjadi loyal.

Tujuan tersebut ialah memberikan rasa puas dan dorongan terhadap pengunjung agar pengunjung berkunjung kembali dan merekomendasikan kepada orang-orang untuk mengunjungi tempat wisata yang sama karena kepuasan dalam pelayanannya.⁶⁷

⁶⁷ Wawancara dengan Bapak Edi Hartono 22 Maret 2022

“kami menyadari betul bahwa tujuan kami tidak hanya mencari pelanggan, tetapi mencari keharmonisan baik antara pelanggan satu dan lainnya. Maksudnya itu agar pelanggan itu puas, kalo mereka puas kan akan kembali berkunjung lagi, nah atau bahkan kesini membawa orang baru, ntah itu teman, keluarga, sahabat atau kerabat lainnya”.⁶⁸

Strategi pelayanan yang diterapkan oleh Taman Edukasi Metro yaitu tanggap dalam melayani pengunjung serta cepat dalam memberikan pelayanan. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan peneliti, karyawan wisata Taman Edukasi sudah membantu para pengunjung yang membutuhkan bantuan atau binaan. hal ini dapat dilihat ketika ada pengunjung yang kebingungan, karyawan dengan tanggap mendengar penjelasan/keluhan pengunjung kemudian diarahkan sesuai kebutuhan pengunjung.⁶⁹

“Kami selaku karyawan kan ya inginnya bisa memenuhi apa yang dibutuhkan oleh pengunjung. Kalo ada pengunjung bingung kan ya kami bantu semaksimal mungkin dan secepat mungkin. Kita dengarkan dan kita carikan solusinya”

Pada strategi kehandalan berpengaruh untuk meningkatkan kualitas pelayanan dengan menerapkan 3S (senyum, sapa, salam) dalam melayani pengunjung disertai ramah adalah dapat lebih mudah memberikan pemahaman kepada pelanggan. Bentuk kehandalan yang diberikan oleh karyawan Taman Edukasi Metro khususnya di bagian administrasi sudah tanggap dan cepat dalam melayani masalah pengunjung, ramah dan mendengarkan keluhan pengunjung serta memberikan solusi bagi pengunjung yang kurang puas akan sarana dan

⁶⁸ Wawancara dengan Bapak Edi Hartono 22 Maret 2022

⁶⁹ Wawancara dengan ibu Marta selaku Administrasi di Taman Edukasi Metro, pada tanggal 22 Maret 2022

prasarana taman edukasi. Akan tetapi karyawan disini masih kurang dalam menerapkan salah 1S dari 3S yaitu (Salam). Biasanya karyawan disini hanya mengucapkan “pagi kak, ada yang bisa saya bantu? Sambil tersenyum” akan tetapi tidak mengucapkan salam.⁷⁰

“kalo di bagian admisintrasi kita fleksibel aja si ya kak, sebisa mungkin ya kayak tadi itu, kita berusaha semaksimal mungkin untuk melayani pengunjung, ramah tentunya yaaa, itu pasti,... hehehe. Dan kalau pengucapan salam itu kita masih kurang kak, ya mohon maaf sii, kita biasanya “pagi kak, atau siang kak,” gitu.. hehe”⁷¹

Pengunjung Taman Edukasi Metro menuturkan, kepuasan itu meliputi kemampuan, kesopanan, dan memiliki sifat dapat dipercaya yang dimiliki karyawan agar bebas dari resiko atau keragu-raguan pengunjung. Contoh : timbal balik penghematan biaya, pengunjung merasa biaya yang dikeluarkan ringan dikarenakan karyawan melayani pengunjung dengan sebaik-baiknya sehingga dengan masalah biaya pengunjung tidak mempermasalahkan apapun.⁷²

“kepuasan itu kan kemampuannya pengurus sini kan ya mba,, bagaimana pengurus sini dapat dipercaya oleh pengunjung. Contoh dengan biaya segitu kalo kita diperlakukan dengan baik saya sendiri merasa tidak kemahalan si dengan harga segitu. Kan itu seimbang.”⁷³

Bukti fisik dari pelayanan Taman Edukasi Metro seperti kebersihan lingkungan, kebersihan tempat edukasi, karyawan yang baik, ramah, dan tanggap. Dalam strategi ini yang dilakukan Taman Edukasi Metro adalah :

⁷⁰ Wawancara dengan ibu Marta selaku Administrasi di Taman Edukasi Metro, pada tanggal 22 Maret 2022

⁷¹ Wawancara dengan ibu Marta selaku Administrasi di Taman Edukasi Metro, pada tanggal 22 Maret 2022

⁷² Wawancara dengan ibu Sugiyem selaku pengunjung TEM 25 Maret 2022

⁷³ Wawancara dengan ibu Sugiyem selaku pengunjung TEM 25 Maret 2022

- 1) Membangun kepercayaan Pelanggan
- 2) Membangun Komunikasi yang baik

Setiap pengunjung yang datang mulai dari loket pembayaran karyawan sudah menyapa dan menjabarkan apa saja yang menarik di Taman Edukasi Metro ini.

- 3) Memudahkan pengunjung dalam pembayaran.⁷⁴

“gimana caranya agar pelanggan itu percaya sama kita. Ntah itu dengan komunikasi yang baik, atau kita permudah pembayaran, biasanya kan ada ibu-ibu yang ngeyel. Dia bilangnyanya saya mau njaga anak saya masak mbayar? Kalo udah ada pengunjung yang seperti ini yaudah kita permudah aja ga kita persulit. Ya tujuannya itu tadi biar tetep bisa berkomunikasi dengan baik.”⁷⁵

2. Kepuasan wisatawan terhadap Taman Edukasi Metro

Kepuasan wisatawan adalah suatu keadaan ketika keinginan dan kebutuhan wisatawan dapat terpenuhi. Hal ini diungkapkan oleh pak Edi Hartono bahwa apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan wisatawan itu dilaksanakan dengan baik cepat dan tepat.

“kalo ada pengunjung yang minta tolong atau minta sesuatu itu ya kita layani dengan cepat gitu”⁷⁶

Ibu Sugiyem menuturkan perihal kepuasannya itu ketika masuk di pintu masuk sudah disambut dengan hangat dan ketika ibu butuh apa-apa langsung ditangani dengan baik. Misalkan tentang cara memelihara ikan.

⁷⁴ Wawancara dengan ibu Marta selaku Administrasi di Taman Edukasi Metro, pada tanggal 22 Maret 2022

⁷⁵ Wawancara dengan ibu Marta selaku Administrasi di Taman Edukasi Metro, pada tanggal 22 Maret 2022

⁷⁶ Wawancara dengan bapak Edi Hartono selaku manager TEM

“iya saya suka dengan pelayanannya, cukup ramah dan baik, ketika masuk pintu gerbang sudah disambut dan anak saya minta dijelaskan cara merawat ikan ya dijelaskan”⁷⁷

Pada taman edukasi belum menerapkan pelayanan dengan baik, hal ini dibuktikan dengan strategi pelayanan yang digunakan tidak memenuhi indikator-indikator pelayanan yang baik. Indikator yang digunakan hanya dua indikator yaitu ketanggapan dan kenyataan. Dengan begitu fasilitas yang diberikan belum sempurna. Tata tertib dalam setiap wahana sudah ada tetapi kurang perhatian dari karyawan itu sendiri. Misal wahana pemancingan ikan dilarang membawa ikan hasil pancingannya kecuali ditimbang terlebih dahulu dan membayar sebanyak berapa kilo hasil timbangannya tersebut. Dengan harga ikan Nila Rp 30.000/kg, ikan Patin Rp 35.000/kg, dan ikan Gurame Rp 40.000/kg, dan belum termasuk pakan ikan. Pengunjung harus membelinya dengan harga Rp 5000 dapat dua ikat. Pada wahana kolam renang sudah ada peraturan dan rambu-rambu tetapi pada pinggiran kolam renang terlalu tajam jika ada anak-anak yang tidak berhati-hati maka dapat terluka disitu. Pada kebun binatang ada peraturan dilarang membeli kelinci yang ada disana, kalau memberi makan boleh akan tetapi pakan kelinci tersebut tidak difasilitasi oleh pihak TEM melainkan pengunjung harus membeli dengan harga wortel tiga ikat Rp 5000. Pada kebun bunga tempatnya sudah bersih karena karyawan selalu membersihkan setiap pagi sebelum jam buka yaitu jam 8. Fasilitas lain seperti kamar mandi, mushola dan

⁷⁷ Wawancara dengan ibu Sugiyem selaku wisatawan

gazebo atau tempat untuk bersantai-santai dan beristirahat semuanya baik, bersih dan layak digunakan dengan aman.⁷⁸

Untuk kepuasan wisatawan belum puas dikarenakan pada pelayanannya Taman Edukasi hanya bisa menerapkan dua saja dari lima indikator pelayanan yang baik. maka pelayanan belum sesuai yang diharapkan konsumen (tidak puas). Indikator pelayanan yang baik seharusnya TEM dapat menerapkan sepenuhnya lima indikator pelayanan yang baik yaitu daya tanggap (kemampuan karyawan dalam melayani wisatawan dengan baik, cepat, tanggap, dan bertanggung jawab dan dapat menyelesaikan masalah saat dibutuhkan) , kehandalan (kemampuan karyawan dalam melayani wisatawan dengan baik, cepat, dan tidak ada kesalahan sedikitpun), jaminan (kemampuan karyawan dalam melayani wisatawan yang dianggap dapat memberi keamanan dan penyembuhan), empathy (kemampuan karyawan dalam melayani wisatawan dengan memberikan perhatian pribadi kepada wisatawan), dan kenyataan atau bukti fisik (kemampuan karyawan dalam melayawi wisatawan dengan memberikan fasilitas yang dapat dilihat langsung oleh mata dalam artian nyata dan reel). Dengan begitu pelayanan tersebut sudah sesuai yang diharapkan pengunjung dalam artian pengunjung (puas).

⁷⁸ Wawancara dengan bapak Edi Hartono selaku manager TEM

C. ETIKA BISNIS ISLAM YANG DILAKUKAN TAMAN EDUKASI METRO

Etika bisnis Islam adalah akhlaq seseorang menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai atau syari'at islam, sehingga tidak perlu khawatir dalam menjalankan bisnisnya, karena sudah diyakini dengan baik dan benar. Etika atau akhlaq yang dimiliki oleh karyawan sudah ditunjukkan dengan cara jujur, menolong dengan ikhlas, menyampaikan dengan baik dan adil (tidak membedakan pengunjung satu dengan pengunjung lainnya atau pengunjung yang lama dengan pengunjung yang baru).⁷⁹

“... jadi kita kalo ditanya ya jawab jujur, tidak ada yang ditutup-tutupi kecuali rahasia, terus menolong dengan ikhlas dan harus adil karena agar tidak terjadi cemburu sosial antara pengunjung satu dengan yang lainnya”.⁸⁰

Pada dasarnya etika bisnis Islam ini yang mendasari segala aktivitas manusia untuk berbisnis. Seperti yang diutarakan ibu Sugiyem pada hasil wawancara. Jujur itu sangat penting, karena dengan kejujuran manusia akan selamat dari marabahaya, akan merasa aman dan tentram. Jika tidak jujur maka akan celaka.⁸¹

“ InsyaAllah yaaa, dengan karyawan yang jujur kita semua selamat dari sesuatu yang bahaya. Kita merasda aman. Coba kalo tidak jujur kita tidak tau itu baik atau buruk, itu bahaya atau tidak.”⁸²

Dalam berbisnis, Etika bisnis yang wajib diterapkan adalah sikap kejujuran karena kejujuran akan membawa kebahagiaan dan keberkahan dalam

⁷⁹ Wawancara dengan bapak Edi Hartono selaku manager TEM

⁸⁰ Wawancara dengan bapak Edi Hartono selaku manager TEM

⁸¹ Wawancara dengan ibu Sugiyem selaku wisatawan TEM

⁸² Wawancara dengan ibu Sugiyem selaku wisatawan

segala hal di dunia dan akhirat. Orang jujur akan mempunyai banyak saudara dan teman, karena sifat ketenangan jiwa yang dimilikinya.

Ketika dalam pelayanan pada Taman Edukasi Metro itu belum maksimal dan kurang baik maka etika bisnis islamnya perlu arahan yang sinkron dengan dasar-dasar etika bisnis islam nya, seperti keramahan, kejujuran dan kesopanan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi Pelayanan yang dilakukan Taman Edukasi Metro belum menunjukkan hasil yang baik dengan dibuktikan respon pengunjung atau kepuasan pengunjung Taman Edukasi Metro. Strategi pelayanan yang diterapkan Taman Edukasi Metro adalah daya tanggap dan bukti fisik, hal ini belum menjadi patokan pelayanan yang sesuai dengan yang diharapkan pengunjung (tidak puas). Seharusnya karyawan mampu melayani pengunjung dengan menerapkan indikator pelayanan yang baik yaitu daya tanggap, kehandalan, jaminan, empaty, dan bukti fisik. Dengan begitu pelayanan sudah sesuai dengan yang pengunjung harapkan (puas).

Hasil dari Etika Bisnis Islam yang diterapkan oleh Taman Edukasi Metro adalah karyawan bersikap jujur dan adil serta menyampaikan yang sebenar-benarnya tanpa ada yang ditutup-tutupi kecuali bersifat rahasia. Dengan kejujuran yang diberikan karyawan terhadap wisatawan akan menimbulkan keharmonisan, dan wisatawan tidak merasa terdzolimi serta merasa aman dan tentram. Jika pelayanan Taman Edukasi Metro belum maksimal maka etika bisnis islamnya perlu arahan yang sinkron dengan dasar-dasar etika bisnis islam seperti ramah, adil, sopan, dll.

Dengan demikian pelayanan yang diberikan Taman Edukasi Metro termasuk kategori belum baik dan belum sesuai dengan apa yang diharapkan pengunjung.

B. Saran

Taman Edukasi Metro harus terus meningkatkan strategi pelayanan yang berkualitas agar terus maju perusahaan wisatanya, dan pelayanan yang diharapkan pengunjung dapat terealisasi dengan sempurna, sehingga berkembang pesat dan banyak cabangnya. Tentunya dengan menerapkan strategi pelayanan yang sudah dijelaskan diatas, terutama pada pengucapan salam terhadap pengunjung agar diterapkan dengan baik.

Kepuasan dapat memberi dampak yang besar bagi perusahaan. Jika pengunjung senang dan puas mereka akan merekomendasikan kepada saudara, teman atau sahabat mereka untuk mengunjungi Taman Edukasi Metro.

Selain hal diatas, semangat para karyawan sangat perlu diperhatikan. Semangat sangatlah penting untuk para karyawan dalam menjalani tugasnya dan tanggungjawabnya. Hal ini dapat diterapkan seperti memberikan reward kepada karyawan yang telah melaksanakan tugasnya dengan baik sekaligus dapat memotivasi karyawan lainnya agar bekerja lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian Dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006), hal 96
- Adhi Kusumastuti, Ahamd Mustamil Khoiron, *Metode Penelitian Kualitatif* , (LPSP: Karawang 2019), 98.
- Ali Hasan *Marketing Bank Syariah*, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 2010), h. 29
- Ananda DwithaYuniar, et al, *Literasi Digital:Tren, Tantangan dan Peluang*, (Cipta Media Nusantara:2021),20.
- Anogra Pandji, *Menejemen Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), h. 339
- Arfin Hamid, *Hukum Ekonomi Islam (Ekonomi Syariah) di Indonesia: Aplikasi & Prospektifnya* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2007), 44.
- Buchari Alma, *Pengantar Bisnis* , Bandung, Alfabheta, 1997 ;15
- David, *Manajemen Strategi Konsep* (Jakarta : Selemba Empat, 2004), h. 14
- Deddy Mulyani, “*Metodologi Penelitian Kualitatif*”, (Bandung,; PT REMAJA ROSDAKARYA, 2010)
- Dhonni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, 56
- Didin Hafidudin dan Hendri Tanjung. 2003. *Manajemen Syari’ah Dalam Praktik*, (Jakarta: Gema Insani.
- Edi Hartono, *Kepuasan Wisatawan di Taman Edukasi Metro*, 3 Januari 2022.
- Eka Rosyidah Aprilia, *Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan terhadap Kepuasan Wisatawan Di Pantai Balekambang Kabupaten Malang*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 51 No. 2 Oktober 2
- Elias A, Elias & Ed E Elias, *Modern Dictionary English Arabic*, Kairo, Elias Modern Publishing House&Co, 1986;250
- Erly Juliani, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, Jurnal Ummu Qurro. Vol 7 No. 1 Maret 2016

- Fatmawati Kalebos, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan Yang Berkunjung Ke Daerah Wisata Kepulauan*, Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Vol. 4, No. 3, 2016
- Gregorius Candra, *Strategi dan Program Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), 8-9
- Gunadi Endro *redifinisi Bisnis, Suatu Penggalihan Etika Keutamaan Aristoteles*, Jakarta, Pustaka Binaman Pressindo, 1999; 2
- Gunadi Endro, *Redefinisi Bisnis; Suatu Penggalian Etika Keutamaan Aristoteles* , Jakarta, Pustaka Binaman Pressindo, 1999, 15
- Hasan Abdul Rozak, dan Basiya R *Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan Dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara Di Jawa Tengah, Semarang*, Jurnal Dinamika Kepariwisata Vol. 11. No. 2, Oktober 2012
- Hitt michael, dkk, *Manajemen Strategis*, (Jakarta: Erlangga,, 1997) h. 137
- Indra Kanedi, Feri Hari Utami, Leni Natalia Zunita, *Sistem Pelayanan Untuk Peningkatan Kepuasan Pengunjung Pada Perpustakaan Arsip Dan Dokumentasi Kota Bengkulu*, Jurnal Pseudocode, Volume. IV. Nomor. 1. Tahun 2017, ISSN 2355-5920.
- Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol 4, No 3, Edisi Khusus Pemasaran & Keuangan 2016: 489-502
- Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 12
- Kementerian Agama Republik Indonesia, *Tafsir Ringkas* (jilid 2)
- Kholida qothrunnada, ‘‘*Metodologi Penelitian*’’
- Koman Ratih Tanjungsari, *Karakteristik dan Persepsi Wisatawan Mancanegara di Kawasan Sanur dan Canggu, Bali*, Jurnal Pariwisata Terapan, No. 2, Vol. 2, 2018
- Laurie, Michael *Arsitektur Pertamanan*. Intermatra. Bandung:1986
- M. Nur Rianto Al-Alif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syari’ah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 209
- Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta : Rajawali Pres, 2008), 103.
- Muhammad Akbar Jalalludin, *Pengaruh Pelayanan, Obyek Dan Daya Tarik Wisata Serta Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Payungi Kota Metro*, Skripsi Institut Agama Islam Negeri Metro, Tahun 2020
- Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis*, (Jakarta: Penebar Plus, 2012)29

- Muhammad Lukman Faurori R, *Visi Al-Qur'an Tentang Ai-Qur'an dan Bisnis*, (Jakarta, Salemba Diniyyah, 2002) h. 70.
- Mulyani Deddy, “*Metodologi Penelitian Kualitatif*”, (Bandung,; PT REMAJA ROSDAKARYA, 2010), Hal 180
- Mustaq, Ahmad,(2001), *Etika Bisnis Dalam Islam*, Terjemahan Samson Rahman, Jakarta: Pustaka al-Kautsar
- Rahmat, *Menejemen Strategik*, (Bandung, CV Pustaka Setia, 2014), h. 2.
- Rezki Teguh Sulistiyana, Djamhur Hamid, dan Devi Farah Azizah, *Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Museum Satwa)*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 25, No, 1, Tahun 2015, 3-4
- Ruknal Sani Nur Wafa, *Analisis Tingkat Kepuasan Para Pengunjung Objek Wisata Dreamland Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas*, Skripsi IAIN Purwokerto, Tahun 2017
- Sandu Siyoto, Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 28.
- Sigit Putranta Ginting, “*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Objek Wisata Karo dan Dampaknya terhadap Variabel Pasca Kunjungan (Studi Kasus Kawasan Pemandian Air Panas di Berastagi)*” (Skripsi, Medan, universitas Sumatra Utara, 2014), 10, <https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/650>.
- Sony Keraf, *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*, (Yogyakarta: Kanisius, 1998)
- Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*” cet, ke-1 edisi ke-2 (Bandung; Alfabeta,2019) Hal 203
- Sumarsan Thomas, *System Pengendalian Menejemen*, (Jakarta: Indeks,2013), h. 61
- Suryadana, M. Liga dan Vanny Octavia. 2015. *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alvabeta 2015
- Sutrisno Hadi, *Metodologi Research untuk Paper. Skripsi Tesis dan Disertai*, (Universitas Gajah Mada 1994), 42
- Sutrisno Hadi, *Metodologi Research untuk Paper. Skripsi Tesis dan Disertai*, (Universitas Gajah Mada 1994)
- Syahadat, E, 2010. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan di Taman Nasional Gede Pangrango. *Jurnal Unknow*

- Tjiptono, F. 2012. *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Veithzal Rivai dan Andi Buchari, *Islamic Economics: Ekonomi Syariah Bukan Opsi, Tetapi Solusi!* (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), 233
- Veithzal Rivai, *Islamic Marketing*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012)
- Yuda Permana Nyoman Trisna, *Strategi Peningkatan Pelayanan Wisatawan Domestik Disbudpar Kota Semarang* Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta, Tahun 2014
- Zaenuri, Muchamad. 2012. *Perencanaan Srategis Kepariwisataaan Daerah: Konsep dan Aplikasi*. Jogjakarta: e-Gov Publishing, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 51 No. 2 Oktober 2017.

Wawancara dengan bapak Edi Hartono (Manager Taman Edukasi Metro)

	Tanggal	Pertanyaan	Jawaban
1	3 januari 2022	Kapan berdirinya Taman Edukasi?	Pada tahun 2016
2	3 januari 2022	Kapan Taman Edukasi resmi dibuka?	Pada tanggal 12 bulan Juli tahun 2018
3	3 januari 2022	Bagaimana pelayanan yang digunakan Taman Edukasi?	Semaksimal mungkin menggunakan indikator pelayanan
4	3 januari 2022	Baagaimana pelayanan pada hari senin-jum'at dan hari libur?	Pada hari senin-jum'at karyawan berbagi tugas, dan pada hari libur semua karyawan fokus ke pengunjung
5	3 januari 2022	Berapa harga tiket Taman Edukasi?	Harga (25.000) untuk dewasa dan (15.000) untuk anak-anak. Berbeda dengan paket edukasi yaitu dengan harga (35.000)
6	3 januari 2022	Apakah harga tiket Taman Edukasi pada hari biasa dan hari libur berbeda?	Tidak, sama saja harganya. Cuma beda di paket edukasi
7	3 januari 2022	Berapa tiket terjual setiap harinya?	25 orang dewasa dan 20 tiket anak-anak, sedangkan pada hari libur mencapai 350 tiket dewasa dan 300 tiket anak. Tetapi tahun baru kemaren alhamdulillah mencapai 1000 tiket dewasa dan 950

			tiket anak-anak.
8	3 januari 2022	Apakah Taman Edukasi ini pengunjungnya dicondongkan ke anak-anak?	Ya, lebih ditujukan kepada anak-anak dasar
9	3 januari 2022	Apakah ada kendala yang terjadi pada saat anda melayani pengunjung?	Ada, yaitu pada jumlah karyawan yang terbatas sehingga tidak bisa melayani dengan penuh ke pengunjung setiap harinya, kecuali pada hari libur.
10	3 januari 2022	Apakah masyarakat antusias dengan Taman Edukasi?	Ya, cukup antusias.
11	22 Maret 2022	Bagaimana awal mula berdirinya Taman Edukasi Metro?	Awal mulanya yaitu taman pribadi. Karena keluarga owner jauh-jauh, jadi kalau datang ke Metro ada tempat istirahat dan refresing. Tapi owner kita dapet dukungan dari orang-orang sekitar dan pemerintah untuk menyelenggarakan umum. Alhamdulillah owner menyetujui dan pihak-pihak lain juga menyetujui. Kini taman edukasi terselenggara untuk umum.

Wawancara kepada ibu Sugiyem selaku wisatawan TEM

No	tanggal	Pertanyaan	Jawaban
1	3 januari 2022	Apakah anda mengetahui Taman Edukasi itu untuk apa?	Untuk belajar bagi anak-anak dengan terjun langsung ke lapangan dan melihat langsung bagaimana prosesnya.
2	3 januari 2022	Darimana anda mengetahui Taman Edukasi Metro?	Dari media sosial
3	3 januari 2022	Bagaimana yang anda ketahui tentang pelayanan Taman Edukasi Metro?	Pelayanan di Taman Edukasi Metro sudah cukup baik dan cepat
4	3 januari 2022	Apakah anda dilayani saat berkunjung di Taman Edukasi Metro?	Iya, dilayani dengan baik dan cepat
5	3 januari 2022	Sejak kapan anda mengetahui berdirinya Taman Edukasi Metro?	Sejak tahun 2018
6	3 januari 2022	Apakah karyawannya ramah-ramah?	Iya, ramah-ramah
7	3 januari 2022	Menurut anda apakah petugas tanggap dalam melayani pengunjung?	Ya, petugas cukup tanggap dalam melayani pengunjung

8	3 januari 2022	Bagaimana perasaan anda setelah berkunjung di Taman Edukasi Metro?	Perasaan senang dan puas
9	3 januari 2022	Apakah suasana Taman Edukasi sangat nyaman?	Iya, suasana cukup nyaman dan menentramkan
10	3 januari 2022	Apakah ada kendala yang anda terima pada saat menikmati wahana?	Tidak ada
11	3 januari 2022	Apakah anda merasa keberatan dengan harga yang ditetapkan?	Tidak, karena sesuai dengan perasaan senang di hati dan anak-anak saya
12	3 januari 2022	Apakah saran dan harapan anda untuk Taman Edukasi di masa mendatang?	Ya harapannya semoga taman edukasi ini tambah lancar jaya kedepannya, tambah banyak wahananya, dan tambah rame. Amiin

DOKUMENTASI WAWANCARA



Wawancara dengan Bapak Edi Hartono selaku manager Taman Edukasi Metro



Wawancara dengan adek salam selaku wisatawan Taman Edukasi Metro



Wawancara dengan Denta dan Siti Amel selaku wisatawan Taman Edukasi Metro



Wawancara dengan Bapak Edi Hartono selaku manager di Taman Edukasi Metro



Wawancara dengan Ibu Sugiyem selaku wisatawan Taman Edukasi Metro



Kegiatan merawat Taman Edukasi



Nuansa kolam pemancingan



Nuansa kolam renang









Kantin Taman Edukasi



Nampak Depan Taman Edukasi





Bersama rekan kerja Taman Edukasi Metro





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-0309/In.28.1/J/TL.00/01/2022
Lampiran :-
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,
Liana Dewi Susanti (Pembimbing 1)
(Pembimbing 2)
di-

Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama : **RISALATUL MU'AWANAH**
NPM : 1804040083
Semester : 8 (Delapan)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syari'ah
Judul : STRATEGI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK
KEPUASAN WISATAWAN TAMAN EDUKASI DITINJAU DARI
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS PENGUNJUNG
TAMAN EDUKASI DI KOTA METRO)

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
 - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
 - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 28 Januari 2022
Ketua Jurusan,



Dharma Setyawan MA



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iningmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : B-0238/In.28/J/TL.01/01/2022
Lampiran : -
Perihal : **IZIN PRASURVEY**

Kepada Yth.,
KEPALA TAMAN EDUKASI KOTA
METRO
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi, mohon kiranya Saudara berkenan memberikan izin kepada mahasiswa kami, atas nama :

Nama : **RISALATUL MU'AWANAH**
NPM : 1804040083
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syari'ah
Judul : STRATEGI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN DAYA
TARIK KEPUASAN WISATAWAN TAMAN EDUKASI
DITINJAU DARI PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI
KASUS PENGUNJUNG TAMAN EDUKASI DI KOTA METRO)

untuk melakukan prasurvey di TAMAN EDUKASI KOTA METRO, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi.

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya prasurvey tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 20 Januari 2022

Ketua Jurusan,



Dharma Setyawan MA

NIP 19880529 201503 1 005

TAMAN EDUKASI METRO

Jl. Gunung Lawu, No.44, Yosorejo, Metro, Lampung, 34111

Perihal : **Balasan Surat Prasurvey**

Lampiran :-

Kepada Yth.
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
IAIN METRO
Di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Edi Hartono
Jabatan : Manajer Taman Edukasi Metro

Mencerangkan bahwa,

Nama : Risalatul Mu'awanah
NPM : 18040400083
Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah kami setuju untuk melaksanakan penelitian pada perusahaan kami sebagai syarat penyusunan skripsi dengan judul:

“Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Daya Tarik Kepuasan Wisatawan Taman Edukasi Ditinjau Dari Prespektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pengunjung Taman Edukasi Metro)”

Demikian surat balasan ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat digunakan sebagaimana semestinya.

Metro, 25 Januari 2022

Manajer Taman Edukasi Metro




Edi Hartono



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-0404/In.28/D.1/TL.00/02/2022
Lampiran :-
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
PEMILIK TAMAN EDUKASI KOTA
METRO
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-0405/In.28/D.1/TL.01/02/2022, tanggal 07 Februari 2022 atas nama saudara:

Nama : **RISALATUL MU'AWANAH**
NPM : 1804040083
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syaria'h

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di TAMAN EDUKASI KOTA METRO, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PELAYANAN DALAM MENINGKAKTAN DAYA TARIK KEPUASAN WISATAWAN TAMAN EDUKASI DITINJAU DARI PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS PENGUNJUNG WISATA TAMAN EDUKASI DI KOTA METRO)".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 07 Februari 2022
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP 19720611 199803 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-0405/In.28/D.1/TL.01/02/2022

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **RISALATUL MU'AWANAH**
NPM : 1804040083
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di TAMAN EDUKASI KOTA METRO, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK KEPUASAN WISATAWAN TAMAN EDUKASI DITINJAU DARI PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS PENGUNJUNG WISATA TAMAN EDUKASI DI KOTA METRO)".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 07 Februari 2022

Mengetahui,
Pejabat Setempat


Edi Hartono



Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP 19720611 199803 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-615/In.28/S/U.1/OT.01/06/2022**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : Risalatul Muawanah
NPM : 1804040083
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2021 / 2022 dengan nomor anggota 1804040083

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 02 Juni 2022
Kepala Perpustakaan



As'ad
Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H.
NIP.19750505 200112 1 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Risalatul Mu'awanah
NPM : 1804040083
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Daya Tarik Kepuasan Wisatawan Taman Edukasi Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pengunjung Wisata Taman Edukasi di Kota Metro)** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi Turnitin dengan **Score 14%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 6 Juni 2022
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Dharma Setyawan, M.A.
NIP.198805292015031005

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

STRATEGI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK KEPUASAN WISATAWAN TAMAN EDUKASI DITINJAU DARI PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS PENGUNJUNG WISATA TAMAN EDUKASI DI KOTA METRO)

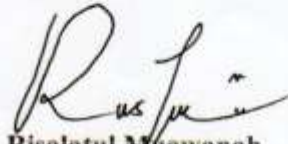
- A. Pertanyaan yang diajukan untuk pengelola dan karyawan Taman Edukasi di Yosorejo Metro Timur Kota Metro Lampung:
1. Kapan berdirinya Taman Edukasi ?
 2. Kapan Taman Edukasi dibuka secara resmi?
 3. Bagaimana pelayanan yang digunakan Taman Edukasi ?
 4. Bagaimana pelayanan pada hari senin-jum'at dan hari libur ?
 5. Berapa harga tiket Taman Edukasi ?
 6. Apakah harga tiket Taman Edukasi pada hari biasa dan hari libur berbeda ?
 7. Berapa tiket terjual setiap harinya ?
 8. Apakah Taman Edukasi ini pengunjungnya didcondongkan ke anak-anak ?
 9. Apakah ada kendala yang terjadi pada saat anda melayani pengunjung ?
 10. Apakah masyarakat antusias dengan Taman Edukasi ?
 11. Bagaimana awal mula berdirinya Taman Edukasi Metro?
- B. Pertanyaan yang diajukan untuk pengunjung Taman Edukasi di Yosorejo Metro Timur Kota Metro Lampung:
1. Apakah anda mengetahui Taman Edukasi itu untuk apa ?
 2. Darimana anda mengetahui Taman Edukasi Metro ?
 3. Bagaimana yang anda ketahui tentang pelayanan Taman Edukasi Metro ?
 4. Apakah anda dilayani saat berkunjung di Taman Edukasi Metro ?
 5. Sejak kapan anda mengetahui berdirinya Taman Eduksi Metro ?
-

6. Bagaimana menurut anda tentang pelayanan di Taman Edukasi Metro ?
7. Apakah karyawannya ramah-ramah ?
8. Menurut anda apakah petugas tanggap dalam melayani pengunjung ?
9. Menurut anda apakah petugas handal dalam melayani pengunjung ?
10. Bagaimana perasaan anda setelah berkunjung di Taman Edukasi ?
11. Apakah suasana Taman Edukasi sangat nyaman ?
12. Menurut anda apakah pelayanan di Taman Edukasi sudah baik ?
13. Apakah ada kendala yang anda terima pada saat menikmati wahana ?
14. Apakah anda merasa keberatan dengan harga yang telah ditetapkan ?
15. Apakah saran dan harapan anda untuk Taman Edukasi di masa mendatang ?

C. Metode Dokumentasi

1. Dokumentasi berupa sejarah, visi misi Taman Edukasi Metro.
2. Struktur organisasi Taman Edukasi Metro

Metro, 12 Januari 2022
Penulis,


Risalatul Mubawannah
NPM. 1804040083

Mengetahui
Dosen Pembimbing



Liana Dewi Susanti, M.E.Sv.
NIDN. 2022128801

**STRATEGI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK
KEPUASAN WISATAWAN TAMAN EDUKASI DITINJAU DARI
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS PENGUNJUNG
WISATA TAMAN EDUKASI DI KOTA METRO)**

OUTLINE

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

NOTA DINAS

ABSTRAK

HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTO

HALAMAN PESREMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Rumusan Masalah
- C. Tujuan Penelitian

D. Manfaat Penelitian

E. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

A. Strategi Pelayanan

1. Pengertian Strategi
2. Pengertian Pelayanan
3. Strategi Pelayanan Dalam Islam

B. Daya Tarik Kepuasan Wisatawan

1. Pengertian Daya Tarik dan Kepuasan Wisatawan
2. Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan
3. Karakteristik Wisatawan
4. Kepuasan Wisatawan

C. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika
2. Etika Bisnis Islam
3. Fungsi Etika Bisnis Islam

BAB II METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

B. Sumber Data

C. Teknik Pengumpulan Data

D. Teknik Analisa Data

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Sejarah Taman Edukasi
2. Sejarah Singkat Taman Edukasi di Kota Metro

B. Pembahasan

1. Pelayanan Taman Edukasi di Kota Metro
2. Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan Taman Edukasi Yosorejo Metro Timur Kota Metro Lampung.

BAB V PENUTUP

- A. Simpulan
- B. Saran

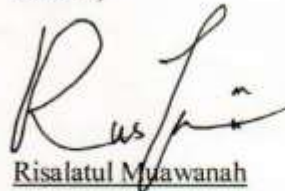
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Metro, 12 Januari 2022

Penulis,




Risalatul Muawanah

NPM. 1804040083

Mengetahui

Dosen Pembimbing



Liana Dewi Susanti, M.E.Sy.

NIDN. 2022128801



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Website : www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Risalatul Muawanah Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)/S1-Ekonomi Syariah
NPM : 1804040083 Semester/TA : VIII /2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	12 Januari 2022	Acc APD dan Outline	

Dosen Pembimbing

Liana Dewi Susanti, M.E.Sv.
NIDN.2022128801

Mahasiswa ybs,

Risalatul Muawanah
NPM. 1804040083



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Website : www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Risalatul Muawanah Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)/S1-Ekonomi Syariah
NPM : 1804040083 Semester/TA : VIII /2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	24 Mei 2022	Pendalaman Bab 1 2 3 ACC	

Dosen Pembimbing

Liana Dewi Susanti, M.E.Sy.
NIDN.2022128801

Mahasiswa ybs,

Risalatul Muawanah
NPM. 1804040083



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Website : www.metrouniv.ac.id E-mail: jainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Risalatul Muawanah Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)/S1-Ekonomi Syariah

NPM : 1804040083 Semester/TA : VIII /2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	30 Mei 2022	bady not di hilangkan	
2	30 Mei 2022	Teori kepuasan wisatawan ditambah kemendalam dan detail Contoh: pengunjung merekomendasikan ke orang lain tentang Pelayanan yang memuaskan, Sehingga membawa sanak saudara dan teman atau sahabatnya.	

Dosen Pembimbing

Liana Dewi Susanti, M.E.Sy.
NIDN.2022128801

Mahasiswa ybs,

Risalatul Muawanah
NPM. 1804040083



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Website : www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Risalatul Muawanah Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)/S1-Ekonomi Syariah
NPM : 1804040083 Semester/TA : VIII /2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	30 Mei 2022	Etika Bisnis di tambah Tulis di sumber data Primer Orang yang menjadi Informant itu ada 3 dari Pihak Pengelola dari 4 pihak Pelanggan Wawancara yang digunakan Semi terstruktur	

Dosen Pembimbing

Liana Dewi Susanti, M.E.Sy.
NIDN.2022128801

Mahasiswa ybs,

Risalatul Muawanah
NPM. 1804040083



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Website : www.mctrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Risalatul Muawanah **Jurusan/Prodi** : FEBI (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)/S1-Ekonomi Syariah
NPM : 1804040083 **Semester/TA** : VIII /2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	30 Mei 2022	Hasil penelitian, yang B. Paragraf ke 2 (1 spasi) tulis Hasil wawancara di lampirkan Paragraf 3 Hasil : Pelayananan B. Rumusan masalah pertama kedua. C. -	

Dosen Pembimbing

Liana Dewi Susanti, M.E.Sy.
NIDN.2022128801

Mahasiswa ybs,

Risalatul Muawanah
NPM. 1804040083



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Website : www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Risalatul Muawanah Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)/S1-Ekonomi Syariah
NPM : 1804040083 Semester/TA : VIII /2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	30 Mei 2022	Hasil wawancara 4 orang Soal sama jawaban beda di tulis dan di uraikan.	
2	30 Mei 2022	Etika Bisnis Islam dicari Pelayanannya. Kesimpulan itu jawaban dari Rumusan Masalah	

Dosen Pembimbing

Liانا Dewi Susanti, M.E.Sy.
NIDN.2022128801

Mahasiswa ybs,

Risalatul Muawanah
NPM. 1804040083



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Website : www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Risalatul Muawanah Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)/S1-Ekonomi Syariah
NPM : 1804040083 Semester/TA : VIII /2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	2 Juni 2022	ACC di munaqosah	

Dosen Pembimbing

Liana Dewi Susanti, M.E.Sy.
NIDN.2022128801

Mahasiswa ybs,

Risalatul Muawanah
NPM. 1804040083

RIWAYAT HIDUP



Risalatul Mu'awanah dengan nama panggilan Risa lahir di Desa Sragen Mataram Ilir Kecamatan Seputih Surabaya Kabupaten Lampung Tengah pada tanggal 04 Juli 2000. Peneliti merupakan anak ketiga dari pasangan Bapak Sholihin dan Ibu Siti Munawaroh dan memiliki dua orang kakak kandung dan satu adik kandung.

Berikut adalah riwayat pendidikan yang telah ditempuh oleh peneliti:

1. TK Al-Qur'an Desa Sragen Mataram Ilir lulus pada tahun 2006
2. SD N 5 Mataran Ilir Seputih Surabaya lulus pada tahun 2012
3. MTs Banat Tajul Ulum Brabo Jawa Tengah lulus pada tahun 2015
4. MA Darul A'mal Mulyojati Metro lulus pada tahun 2018

Pada tahun 2018 peneliti melanjutkan ke jenjang perguruan tinggi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro melalui jalur SPAN-PTKIN dengan jurusan Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro. Pada akhir masa studi peneliti mempersembahkan Skripsi yang berjudul : **“STRATEGI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN WISATAWAN TAMAN EDUKASI DITINJAU DARI PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus : Pengunjung Wisata Taman Edukasi Di Kota Metro)”**