

Strategi Promosi dan Pelayanan Syariah untuk Meningkatkan Jumlah Pengunjung di Pantai Glagah Wangi Desa Tambak Bulusan Kecamatan Karang Tengah Kabupaten Demak

Risti Lia Sari*, Muhamad Takhim

Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi, Universitas Wahid Hasyim

*Email : risti_lia_sari@unwahas.ac.id

Abstrak

Pantai Glagah Wangi adalah terletak di Desa Tambak Bulusan Kecamatan Karang Tengah Kabupaten Demak, salah satu pantai indah yang memiliki keunikan tersendiri, namun belum maksimalnya pertumbuhan usaha pariwisata dan jumlah pengunjung juga tidak stabil. peneliti tertarik untuk meneliti tentang analisis strategi promosi dan pelayanan pariwisata guna meningkatkan jumlah pengunjung di Pantai Glagah Wangi melalui strategi promosi dan Pelayanan secara syariah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi promosi yang dilakukan oleh pengelola dalam meningkatkan jumlah pengunjung, untuk mengetahui pelayanan secara Syariah yang dilakukan oleh pengelola dalam meningkatkan jumlah pengunjung, dan untuk mengetahui pandangan etika Islam dalam strategi promosi dan pelayanan Pantai Glagah Wangi. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research) yang bersifat kualitatif. Pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa, pertama Strategi promosi dan pelayanan yang dilakukan oleh pengelola dalam meningkatkan jumlah pengunjung yaitu dengan menerapkan bauran promosi yaitu dengan periklanan melalui media elektronik, media sosial. Salles promotion dengan mengadakan even-even dan hiburan. Publisitas menggunakan surat kabar dan media elektronik. Sedangkan dalam pelayanan menerapkan tangible dengan memberikan fasilitas yang dibutuhkan. Empathy dengan melayani pengunjung ramah sopan dan santun, reliability dengan adanya standar pelayanan yang jelas dan keahlian pengelola, responsiveness melayani pengunjung dengan cepat dan tanggap, assurance dengan memberikan jaminan bagi para pengunjung. Pandangan etika Islam dalam strategi promosi dan pelayanan Pantai Glagah Wangi yaitu, tidak mengobral sumpah, jujur, tidak mengingkari janji, menghindari adanya penipuan, dan rela dengan laba yang sedikit. Sedangkan dalam pelayanan yaitu, jujur, bertanggung jawab, tidak menipu, menepati janji, dan melayani dengan rendah hati.

Kata Kunci : Strategi promosi, Pelayanan Syariah dan Jumlah Pengunjung

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata sebagai fungsi kegiatan ekonomi memiliki manfaat yang sangat banyak sehingga dapat menampung kesempatan kerja bagi masyarakat sekitarnya yang selanjutnya akan menyebabkan pendapatan masyarakat meningkat dari hasil penjualan barang dan jasa melalui usaha restoran, hotel, biro perjalanan, penjualan barang cinderamata dan sebagainya. Semakin banyak wisatawan yang datang maka akan semakin banyak devisa yang diterima dan pada akhirnya akan mendorong pembangunan sarana dan prasarana wisata lainnya (Fitridamayanti, Benu & Gene, 2017).

Kabupaten Demak memiliki berbagai destinasi wisata yang menarik untuk dikunjungi. Kabupaten Demak memiliki potensi obyek wisata cukup besar yang mempunyai daya tarik wisata untuk dikunjungi oleh wisatawan. Di Kabupaten Demak terdapat wisata alam, wisata buatan dan wisata religi. Wisata religi dengan tujuan makam Sunan Kalijaga dan masjid Agung Demak. Wisata Pantai Morosari di Sayung, Pantai Morodemak, Pantai Istanbul di Tambakbulusan, Wisata Mangrove di Kedungmutih dan Taman Ria beberapa wisata budaya di daerah tertentu dan pada waktu tertentu (Probowati, Hanim & Wahyu, 2015). Berikut adalah tabel data pengunjung obyek wisata di Kabupaten Demak pada tahun 2015 - 2019.

Tabel 1.1
Pengunjung Obyek Wisata di Kabupaten Demak Tahun 2015 - 2019

Tahun	Dalam Negeri	Luar Negeri	Jumlah
2015	1.540.025	837	1.540.862
2016	1.537.388	676	1.535.064
2017	1.489.585	467	1.490.052
2018	1.571.315	571	1.517.886
2019	1.671.707	805	1.672.512

Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Demak 2019

Tabel tersebut menunjukkan bahwa selalu ada peningkatan jumlah pengunjung yang datang ke tempat wisata yang ada di Kabupaten Demak. Setiap tahun jumlah pengunjung selalu meningkat, walaupun pada tahun 2017 mengalami penurunan tetapi pada tahun 2018 dan tahun 2019 jumlah pengunjung meningkat. Kabupaten Demak sendiri memiliki 4 (empat) obyek wisata utama yang paling sering dikunjungi oleh para wisatawan, yaitu wisata Masjid Agung Demak, Makam Sunan Kalijaga Kadilangu, Pantai Morosari dan Taman Ria. Menurut informasi dari Dinas Pariwisata Kabupaten Demak pada tahun 2019 tercatat 1.672.509 orang yang mengunjungi 4 objek wisata tersebut, meningkat 10,19 % bila dibandingkan dengan tahun 2018 yaitu sebesar 1.517.886 orang dengan rincian pada tabel 1.2 (Kabupaten Demak Dalam Angka 2018). Untuk mencapai Pantai Glagah Wangi yang terletak di Desa Tambakbulusan dapat ditempuh dari arah Semarang belok ke kiri setelah melintasi jembatan Wonokerto.

Jalan menuju Desa Tambakbulusan sudah beton tetapi jalan tersebut kurang lebar untuk dilalui dua mobil dari arah berlawanan. Perjalanan untuk sampai ke desa Tambak Bulusan kurang lebih tujuh kilometer. Setelah sampai di desa tambak bulusan, akan ada rambu-rambu petunjuk desa untuk mencapai Pantai Glagahwangi. Ada alternatif cara yang dapat digunakan ketika akan menuju Pantai Glagah Wangi. Cara yang pertama adalah dengan jalan kaki, dan cara yang kedua adalah dengan naik perahu. Pantai ini belum banyak diketahui keberadaannya oleh para wisatawan karena untuk saat ini Pantai Glagah Wangi atau Pantai Istanbul belum dikembangkan oleh pemerintah daerah setempat. Pantai Glagah Wangi atau Pantai Istanbul ini belum begitu terkenal bila dibandingkan dengan Pantai Morosari yang pengunjungnya selalu ramai. Pantai Morosari sudah dikembangkan oleh pemerintah Kabupaten Demak sehingga pantai tersebut selalu ramai dikunjungi oleh pengunjung lokal maupun pengunjung luar daerah Demak.

Pada zaman Rasulullah ini sudah diterapkan bagaimana cara-cara dan akhlak yang baik dalam melakukan suatu bisnis dalam Islam, dimana ada suatu nilai kesopanan, tatakrama, ramah tamah, penawaran yang telah dilakukan dalam beretika. Islam juga menganjurkan umatnya untuk melayani pembelipembeli yang datang dengan sebaik mungkin, seperti halnya pepatah “tamu adalah raja” maka segala sesuatu yang diinginkan harus dilayani dan diterima selagi itu masih dalam beretika dan menurut Islam. Dalam beretika secara umum pedoman Islam tentang masalah kerja tidak membolehkan umatnya untuk bekerja mencari uang dengan sesuka hatinya dan melakukan hal yang tidak diperbolehkan dalam islam, seperti menipu, bermain curang, memfitnah, dan perbuatan bathil lainnya. Tetapi islam meberikan kepada mereka suatu garis pemisah antara yang boleh dan tidak boleh dalam mencari pembekalan hidup, dengan menitik beratkan juga kepada masalah kemaslahatan umum, seperti suka sama suka sehingga tidak ada pihak yang merasa dirugikan dan di dzalimi. Semua yang saling mendatangkan manfaat antara individu-individu yang saling merelakan dan adil adalah dibenarkan.

METODE PENELITIAN

Metode deskriptif kualitatif adalah penelitian yang berusaha mendiskripsikan hubungan antara fenomena yang diteliti dengan sistematis, factual dan akurat, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki (Kusmayadi & Sugiarto, 2009:29). Triangulasi metode yaitu

menyesuaikan informasi yang diperoleh dengan metode- metode yang berbeda yaitu diantaranya adalah studi dokumen, observasi, dan wawancara. Teknik triangulasi yang digunakan oleh peneliti adalah pemeriksaan melalui sumber lainnya yang dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut: 1) Menganalisis studi dokumen dengan melihat kandungan nilai karakter; 2) membandingkan data hasil observasi di objek atau pengamatan dengan studi dokumen; 3) membandingkan apa yang dikatakan oleh narasumber dengan data hasil observasi di Pantai Glagah Wangi; 4) membandingkan hasil wawancara pengelola di Pantai Glagah Wangi Proses triangulasi yang dilakukan peneliti dapat digambarkan sebagai berikut ini:

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dikatakan superior. Superior bisa diartikan sebagai suatu perusahaan menetapkan harga tinggi dalam pelayanannya. Harga pelayanann tinggi dapat menggambarkan suatu perusahaan biasanya mempunyai standar mutu yang baik. Perusahaan dengan Pelayanan yang superior atau memberikan layanan pelanggan yang lebih baik biasanya menetapkan harga yang lebih tinggi untuk produk- produk mereka. Perusahaan dengan pelayanan yang lebih tinggi cenderung mempunyai pangsa pasar yang lebih besar, dan berkembang pada tingkat yang lebih cepat dari pada para pesaing dengan layanan yang lebih rendah. Dalam melakukan suatu pelayanan ada beberapa faktor yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan di Pantai Glagah Wangi yang sesuai dengan prinsip ekonomi islam, diantaranya

Pertama, bukti Langsung (Tangibles) Tangibles adalah bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa atau pengelola kepada pengunjung. Komponen-komponen tangible meliputi penampilan fisik seperti gedung, ruangan, tempat parkir, kebersihan, kerapian, kenyamanan ruangan, dan penampilan karyawan. Pengelola selalu memperhatikan fasilitas fisik dan kualitas jasa yang diberikan agar memberikan kesan yang baik bagi pengunjung, seperti pelayanan yang diberikan, fasilitas yang selalu diperhatikan, perbaharuan pantai setiap tahunnya menjadi andalan pengelola dalam menarik wisatawan. Menambah fasilitas yang adapun menjadi salah satu bukti fisik yang dilakukan pengelola, dengan adanya fasilitas dan pelayanan yang diberikan mampu meningkatkan jumlah pengunjung yang ingin berwisata ke Pantai Glagah Wangi, karena tujuan wisatawan adalah mendapatkan fasilitas lengkap dan pelayanan yang memuaskan.

Kedua, perhatian (Empathy) Pengelola Pantai Glagah Wangi memberikan perhatian kepada para pengunjung secara individu maupun kelompok, dan peka akan kebutuhan yang diinginkan oleh para pengunjung. Seperti yang dilakukan pengelola Pantai Glagah Wangi terhadap para pengunjung dengan memberikan perhatian berupa keramah tamahan dalam melayani, menebar senyuman kepada para pengunjung, dan melayani dengan sopan santun agar pengunjung merasa dihargai dan selalu diperhatikan. Dengan adanya perhatian yang diberikan pengelola dapat menumbuhkan rasa nyaman dan keamanan bagi pengunjung, sehingga dengan adanya perhatian yang diberikan dapat meingkatkan jumlah pengunjung yang ingin berwisata ke Pantai Glagah Wangi.

Ketiga, cepat tanggap (Responsiveness) Pengelola Pantai Glagah Wangi sangat merespon atau sigap dalam membantu dan memberikan pelayanan dengan cepat tanggap. Daya tanggap dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas jasa yang diberikan. Kesigapan pengelola dalam melayani pengunjung, kecepatan pengelola dalam melayani pengunjung dan penanganan keluhan pengunjung selalu diberikan pengelola untuk selalu memberikan pelayanan yang terbaik bagi pengunjung. Dengan sikap yang cepat tanggap, menangani keluhan pengunjung, merespon setiap pengunjung yang ingin dilayani, mampu meningkatkan jumlah pengunjung yang ingin berwisata ke Pantai Glagah Wangi.

Keempat, keandalan (Reliability) Pengelola Pantai Glagah Wangi memberikan pelayanan kepada pengunjungnya sesuai dengan janji yang ditawarkan. Pentingnya dimensi ini adalah kepuasan konsumen/pengunjung akan menurun bila jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Jadi komponen atau unsur reliability ini merupakan kemampuan perusahaan dalam menyampaikan jasa secara tepat dan pembebanan biaya secara tepat

Kelima, keyakinan atau Jaminan (Assurance) Perilaku pengelola Pantai Glagah Wangi membuat pengunjung tenang dan merasa perusahaan dapat menjamin jasa pelayanan yang dibutuhkan pengunjung. Pengetahuan dan perilaku pengelola juga dapat membangun kepercayaan

dan keyakinan pada diri pengunjung dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan. Pengelola memberikan jaminan keamanan, kenyamanan bahkan pengelola memberikan jaminan kecelakaan bagi pengunjung.

Dari hasil wawancara kepada pengelola menyatakan bahwa, pengelola melakukan beberapa faktor pelayanan kepada para pengunjung yaitu dengan memberikan, bukti fisik, perhatian, kecepatan dan ketanggapan dalam pelayanan, keandalan, dan jaminan yang diberikan. Dari beberapa faktor pelayanan yang diberikan pengelola tersebut dapat meningkatkan jumlah kunjungan dengan memberikan perhatian, fasilitas yang diinginkan pengunjung, kenyamanan, keamanan dan pelayanan yang baik. Bukti fisik yang dilakukan pengelola yaitu dengan memberikan fasilitas yang lengkap, tempat parkir yang luas, adanya tempat ibadah dan toilet yang bersih, alat-alat permainan, dan spot-spot foto bagi para pengunjung. Namun dari beberapa bukti fisik yang ada, responden lebih tertarik berkunjung ke Pantai Glagah Wangi karena adanya tempat ibadah dan toilet yang bersih, sehingga pengunjung nyaman dan betah dalam beribadah. Perhatian yang dilakukan pengelola yaitu memberikan pelayanan dengan sopan santun, senyum, ramah tamah, menghargai setiap pengunjung yang ingin mendapatkan pelayanan, menjaga kebersihan dan keamanan pantai, namun responden lebih tertarik berkunjung ke Pantai Glagah Wangi karena pengelola melayani pengunjung dengan sikap ramah tamah. Kecepatan dan ketanggapan yang dilakukan pengelola yaitu dengan melakukan pelayanan dengan cepat tepat, adanya pelayanan pengaduan, dan cepat mengambil solusi dari permasalahan pengunjung, namun responden lebih tertarik berkunjung ke Pantai Glagah Wangi karena pengelola sigap merespon setiap pengunjung yang ingin mendapatkan pelayanan. Pantai Glagah Wangi juga memiliki standar pelayanan yang jelas dan memberikan jaminan keamanan, kenyamanan dan jaminan kecelakaan bagi para pengunjung.

Etika Islam dalam Pelayanan di Pantai Glagah Wangi adalah bagian dari etika bisnis yang berlandaskan kepada studi tentang aspek-aspek moral dari kegiatan ekonomi dan bisnis. Adapun etika yang dilakukan pengelola Pantai Glagah Wangi dalam berpromosi sesuai dengan Syariah antara lain:

1. Jangan mudah mengobral sumpah dalam berpromosi atau beriklan, janganlah mudah mengucapkan janji sekiranya janji tersebut tidak bisa ditepati. Bersumpah secara berlebihan dilarang dalam etika promosi islam, mengobral sumpah tanpa sesuai dengan yang sesungguhnya dapat merusak nilai islami. Allah SWT dan Rasulullah SAW memberikan larangan. Dari Abu Qotadah Al-Anshori, Nabi Shalallahu „Alaihi Wa Sallam Bersabda: “Bahwasanya Ia Mendengar Rasulullah SAW Bersabda: Hati-Hatilah Dengan Banyak Bersumpah Dalam Menjual Dagangan Karena Ia Memang Melariskan Dagangan, Namun Malah Menghapuskan (Keberkahan)” (HR. Tirmidzi). Seorang mukmin hendaklah selalu menaati apa yang dilarang untuknya tak terutama selalu melakukan dan memberikan kata-kata jujur yang dapat memberikan keberkahan dalam hidupnya. Dianalisis dari hasil penelitian dilapangan bahwa strategi promosi periklanan yang dilakukan oleh pengelola Pantai Glagah Wangi sudah sesuai dengan etika Syariah. Pengelola pantai tidak pernah mengobral janji-janji atau bahkan mengobral sumpah pada wisatawan. Mereka selalu menjelaskan apa adanya yang berkaitan dengan layanan jasa yang ditawarkan.
2. Jujur, islam melarang berbohong dan menipu karena dapat menyebabkan kerugian dan kedzaliman serta dapat menimbulkan permusuhan. Ketika akan memulai berbisnis, hal yang perlu ditanamkan niat baik, merumuskan visi misi dan filosofi bisnis yang baik, lalu menjalankan bisnis dengan sikap kejujuran. Dengan demikian tidak akan pernah tergoda dan terjerumus dengan hal-hal yang bersifat materi, sehingga menghalalkan segala cara untuk memajukan bisnis. Al-Quran dengan tegas melarang ketidak jujuran sebagaimana Firman Allah SWT dalam Surat Al-Anfal Ayat 27 yang Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui”. Berdasarkan hasil penelitian dan wawancara, pihak pengelola pantai selalu bertindak jujur kepada para pengunjung dalam hal beriklan atau memberikan informasi seputar objek wisata Pantai Glagah Wangi dan tidak pernah menipu para pengunjung. Karena dengan jujur akan menjalankan bisnis dengan tenang, serta mengangkat harkat dan martabat objek wisata, selain itu dengan jujur

akan menghasilkan keuntungan didunia dan akhirat, di dalam Islam melarang berbohong dan menipu karena dapat menyebabkan kerugian dan kezaliman serta dapat menimbulkan permusuhan. Ketika akan memulai berbisnis, hal yang perlu ditanamkan niat baik, merumuskan visi misi dan filosofi bisnis yang baik, lalu menjalankan bisnis dengan sikap kejujuran. Dengan demikian tidak akan pernah tergoda dan terjerumus

3. Menjaga agar selalu memenuhi akad dan janji serta kesepakatan diantara kedua belah pihak. Sebagaimana Allah SWT Berfirman Pada Surat Al Maidah Ayat 1 yang Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya”. Pengelola memberikan informasi kepada para pengunjung dan akan menepati janji yang diberikan, seperti pada waktu perjalanan menuju objek wisata dengan menggunakan perahu wisata, pihak pengelola berjanji untuk menghantarkan dan menunggu saat nanti para wisatawan ingin kembali pulang dari tempat wisata tersebut.
4. Menghindari promosi palsu yang bertujuan menarik perhatian wisatawan dan mendorongnya untuk berkunjung, berbagai iklan di media elektronik dan cetak, model promosi tersebut banyak yang telah melarang akhlaqul karimah. Sebagaimana teori yang telah dijabarkan bahwa apabila seorang pemasar syariah hanya berorientasi pada keuntungan maka ia dapat merugikan para wisatawan dengan memberikan janji palsu. Namun seorang pemasar syariah memiliki orientasi mashlahah, sehingga tidak hanya mencari keuntungan namun diimbangi dengan keberkahan didalamnya. Senagaimana Firman Allah SWT dalam Surat An-Nahl Ayat 91 yang Artinya: “Dan tepatilah Perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat”. Demikian pula pada proses marketing, jual beli harus berdasarkan etika islam. Oleh karena itu dibidang promosi jasa dan etika pemasaran Islam Pantai Glagah Wangi mengikuti aturan yang sudah dibuat sebelumnya. Mnghindari promosi penjualan yang menggunakan penipuan dan manipulasi.
5. Rela dengan laba yang sedikit karena itu akan mengundang kepada kecintaan manusia dan banyak pelanggan serta mendapat berkah dalam rezeki, dengan profesi sebagai pedagang jasa, tentu ingin dinaikkan derajatnya setara dengan para Nabi, maka ia harus mengikuti syariat Islam. Setelah menganalisis teori tentang strategi promosi dalam Islam yang dilakukan oleh pengelola Pantai Glagah Wangi, dapat disimpulkan bahwa didalam Islam dilarang keras melakukan penipuan, kebohongan, dan mengingkari janji, Oleh karena itu dalam pelaksanaan promsi pebisnis muslim harus menghindari tindakan kebohongan, janji palsu, serta publikasi produk atau jasa yang menghalalkan segala cara. Aktifitas bisnis merupakan bagian dari kegiatan ekonomi, sistem Ekonomi Islam berangkat dari kesadaran tentang etika, sedangkan ekonomi lain seperti kapitalisme dan sosialisme, cenderung mengabaikan etika sehingga aspek nilai tidak begitu tampak dalam bangunan kedua sistem ekonomi tersebut. Karena didalam situasi dunia bisnis membutuhkan etika, islam telah menyerukan urgensi etika bagi aktifitas bisnis, islam merupakan sumber nilai dan etika dalam segala aspek kehidupan dan aspek manusia secara menyeluruh. Berdasarkan hasil penelitian dan wawancara yang penulis lakukan di objek Pantai Glagah Wangi, penulis mendapati bahwa dalam proses promosi yang dilakukan pengelola pantai Glagah Wangi telah sesuai dengan Etika Islam. Berdasarkan prinsip Ekonomi Islam dalam berpromosi dan etika bisnis islam yang telah terdiri dari kejujuran, amanah, keadilan dan istiqomah. Prinsip ekonomi islam dalam berpromosi dan etika bisnis islam tersebut juga diperlukan konsisten untuk diterapkan agar bisnis yang dijalankan sesuai dengan aturan syariat Islam yang berasal dari Allah SWT, sebagaimana yang telah dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW dan sesuai dengan aturan Allah SWT.

Selain itu, Islam juga mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas kepada orang lain jangan memberikan yang tidak berkualitas. Seperti dijelaskan dalam Al-Quran Surat Al-Baqarah Ayat 267 yang Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan

janganlah kamu memilih yang burukburuk lalu kamu menafkahkan daripadanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”. Sedangkan etika islam yang diterapkan oleh Pantai Glagah Wangi dalam memberikan pelayanan yang maksimal adalah”

1. Jujur (Siddiq), Islam sangat menganjurkan umatnya selalu berkata jujur disetiap ucapan dan perkataan yang diungkapkan, yang mana kejujuran dalam islam memiliki keutamaan tersendiri dan akan menjadi penyebab datangnya pahala dan rahmat dari Allah. Seperti dalam Firman Allah SWT yang disebutkan dalam Surat Al-Ahzab Ayat 35 yang Artinya: “Sesungguhnya laki-laki dan perempuan yang muslim, laki-laki dan perempuan yang mukmin, laki-laki dan perempuan yang tetap dalam ketaatannya, laki-laki dan perempuan yang benar, laki-laki dan perempuan yang sabar, laki-laki dan perempuan yang khusyuk, laki-laki dan perempuan yang bersedekah, laki-laki dan perempuan yang berpuasa, laki-laki dan perempuan yang memelihara kehormatannya, laki-laki dan perempuan yang banyak menyebut (nama) Allah, Allah telah menyediakan untuk mereka ampunan dan pahala yang besar”. Pengelola Pantai Glagah Wangi dalam melakukan segala kegiatan transaksinya selalu jujur dengan menyampaikan informasi-informasi yang sesuai dengan apa yang ada dan keadaan disekitar Pantai Glagah Wangi agar diharapkan para pengunjung selalu mempercayai apa yang disampaikan oleh pengelola dan tidak pernah berdusta.
2. Bertanggung Jawab (Amanah) Pengelola Pantai Glagah Wangi selalu diharapkan dan ditanamkan memiliki sifat amanah dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan. Amanah berarti tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. Rasulullah SAW memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik ketika berbisnis. Rasulullah SAW tidak pernah melakukan usaha untuk menghancurkan pesaing bisnisnya. Yang beliau lakukan adalah memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya dan menyebutkan spesifikasi barang yang dijualnya dengan jujur. Hal ini mampu meningkatkan kualitas penjualan dan menarik pembeli tanpa menghancurkan pebisnis lainnya.
3. Tidak Menipu (Al-Kadzib) Al-Kadzib merupakan lawan kata dari Shidiq (jujur) yaitu kesesuaian ucapan dengan kenyataan dan hati nurani yang diucapkan. Dalam hal ini pengelola diharapkan tidak melakukan kecurangan terhadap pengunjung dengan tidak memberikan informasi-informasi yang salah ataupun tidak sesuai dengan kenyataan yang ada. Tidak menipu sama saja tidak melakukan keburukan dengan berlaku curang dalam menjalankan suatu bisnis yang dijalankan. Seperti Firman Allah dalam surat Al- Munaafiquun Ayat 1 yang Artinya: “Apabila orang-orang munafik datang kepadamu, mereka berkata: "Kami mengakui, bahwa Sesungguhnya kamu benar-benar Rasul Allah". dan Allah mengetahui bahwa Sesungguhnya kamu benar-benar Rasul-Nya; dan Allah mengetahui bahwa Sesungguhnya orang-orang munafik itu benar-benar orang pendusta”.
4. Menepati Janji dan Tidak Curang Seperti yang kita tahu janji adalah hutang. Janji memang diucapkan namun berat untuk ditunaikan. Dalam islam menepati janji berarti berusaha untuk memenuhi semua yang telah dijanjikan kepada orang lain dimasa yang akan datang. Sikap seorang pebisnis adalah sikap yang harus selalu menepati janji baik kepada pembeli, pengunjung, maupun antar sesama pebisnis dan tidak saling mengkhianati atau berlaku curang dengan apa yang telah disepakati. Seperti Firman Allah dalam Surat An-Nahl Ayat 91 yang Artinya: “Dan tepatilah Perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat”. Pengelola Pantai Glagah Wangi selalu menepati janji apa yang telah diucapkan dengan menghantarkan wisatawan yang hendak ingin menyebrang pulau dan menunggu hingga menghantarkannya kembali sampai pada titik awal penyebrangan.
5. Melayani dengan Rendah Hati (Khidmah) Dalam memberikan pelayanan kepada para pengunjung, pengelola Pantai Glagah Wangi menyampaikan sesuatu dengan benar dan tutur kata yang tepat kepada wisatawan. Selain itu mereka juga melayani dengan rendah hati yaitu sikap ramah tamah, sopan santun, murah senyum, suka mengalah namun tetap penuh tanggung jawab. Setelah menganalisis teori tentang pelayanan dalam slam yang dilakukan oleh pengelola Pantai Glagah Wangi, dapat disimpulkan bahwa didalam Islam dianjurkan untuk para kaum

muslimin berkata jujur, bertanggung jawab dalam segala hal, tidak menipu bahkan berdusta dengan mengatasnamakan Allah SWT, menepati janji dan tidak curang, serta melayani dengan rendah hati. Sebagaimana perilaku tersebut merupakan sifat-sifat mulia yang sangat disenangi dan mempunyai ganjaran besar yaitu pahala yang sudah dijanjikan Allah SWT.

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan di objek Pantai Glagah Wangi, penulis mendapati bahwa dalam proses pelayanan yang dilakukan pengelola Pantai Glagah Wangi telah sesuai dengan etika Islam. Sebagaimana seorang muslim dalam memberikan pelayanan haruslah berdasarkan nilai-nilai Islam guna mewujudkan nilai ketakwaan sekaligus membuktikan konsistensi keimanannya dalam rangka menjalankan misi syariah Islam. Dalam pandangan Islam yang dijadikan tolak ukur untuk menilai kualitas pelayanan terhadap konsumen yaitu standarisasi syariah. Islam mensyariatkan kepada manusia agar selalu terikat dengan hukum syara' dalam menjalankan setiap aktivitas ataupun memecahkan masalah setiap permasalahan. Islam tidak mengenal kebebasan beraqidah ataupun kebebasan beribadah, apabila seseorang telah memeluk islam sebagai keyakinan aqidahnya, maka baginya wajib untuk terikat dengan seluruh syariah islam dandiwajibkan untuk menyembah Allah SWT sesuai dengan cara yang sudah ditetapkan

KESIMPULAN

Strategi promosi pariwisata di Pantai Glagah Wangi yaitu melakukan langkah-langkah promosi yaitu berupa periklanan melalui televisi pada sosial media (WA, Instagram dan Facebook), dan media elektronik lainnya, sales promotion dengan mengadakan event bersama club-club mobil, motor dan hiburan lainnya, dan publisitas melalui media elektronik dan media cetak. Sedangkan Pelayanan pariwisata yang digunakan oleh Pantai Glagah Wangi yaitu dengan adanya beberapa faktor kepuasan pelayanan yang mana diantaranya: Tangibel bukti fisik yang dilakukan pengelola dengan menambah fasilitas yang ada, melakukan perbaikan tiap tahunnya, melakukan kebersihan dan keamanan, Empathy yang dilakukan oleh pengelola yaitu memberikan perhatian kepada pengunjung dengan bersikap ramah, sopan santun dalam melakukan pelayanan. Responsiveness yang dilakukan pengelola yaitu dengan cepat tanggap memberikan pelayanan kepada pengunjung, merespon semua keluhan dan memberikan solusi dari permasalahan yang ada. Reliability yang dilakukan pengelola yaitu dengan adanya standar pelayanan yang jelas dan keahlian pengelola dalam menyampaikan informasi kepada pengunjung. Sedangkan Assurance yang dilakukan pengelola yaitu dengan memberikan jaminan keamanan, kenyamanan, bahkan ada jaminan kecelakaan bagi parapengunjung.

Pariwisata Pantai Glagah Wangi dalam melaksanakan strategi promosi dan pelayanan sudah sesuai dengan Etika Islam yaitu dilihat dari yang dilakukan pengelola Pantai Glagah Wangi dalam berpromosi sesuai dengan Islam yaitu dengan tidak mengobrol sumpah dalam berpromosi dan beriklan, jujur, menjaga agar selalu memenuhi akad dan janji serta kesepakatan-kesepakatan diantara kedua belah pihak, menghindari promosi palsu, rela dengan laba yang sedikit karena itu akan mengundang kepada kecintaan manusia dan banyak pelanggan serta mendapatkan berkah dalam rezeki. Sedangkan pelayanan yang dilakukan pengelola Pantai Glagah Wangi dalam melayani pengunjung mengajarkan kita agar selalu, jujur, bertanggung jawab dalam segala hal pekerjaan, tidak menipu/berdusta, selalu menepati janji dan tidak curang, dan melayani dengan rendah hati (Khidmah).

DAFTAR PUSTAKA

- A.Hamdani *Dalam Buku Drs. Danang Sunyoto, Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran, Yogyakarta: Caps, 2012*
- Ali Hasan, *Marketing Dan Bank Syariah, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010*
- Al quran Surat Al-Ahzab Ayat 70
- Aziz Hakim Muhammad, *System Oprasional Pemasaran Syariah, Jakarta:Renaissance, 2007*
- BPS Kabupaten Demak. (2019). *Demak Dalam Angka 2019. Demak : BPS Kabupaten Demak.*
- Data Survei *Desa Tambak Bulusan Kecamatan Karang Tengah Kabupaten Demak, 2019*
- Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Pesawaran, 2016*
- Drs. Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Yogyakarta: CAPS, 2012*

- Fandi Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, Yogyakarta: Bayumedia, 2011 Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: C.V Andi, 2001
- Gamal Suwanto, *Dasar-Dasar Pariwisata*, Yogyakarta: Andi Offset, 2004 Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002
<https://travel.kompas.com/read/2020/07/22/114000527/>
- Ichtisari Novia Arifah, *Promotion Strategi Dan Peran Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan*, *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen Vol 3, No 6* 2014
- Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, Bandung: Mandar Maju, 1996
- Kasmir, *Etika Customer Service*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005
- Kusmayadi & Endar Sugiarto. (2000). *Metodologi Penelitian Dalam Bidang Kepariwisataaan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Mardani Arif, Frida Purwanti & Siti Rudiyaniti. (2017). *Strategi Pengembangan Ekowisata Berbasis Masyarakat di Pulau Pahawang Propinsi Lampung*. *Journal Of Maquares (Management Of Aquatic Resources) Universitas Diponegoro. (1), 1-9*
- M.Mursid, *Manajemen Pemasaran Cetakan ke-7*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014
- Moh. Nazir, Ph.D, *Metode Penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesia, 1983
- Moh. Pabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, Jakarta: Bumi Aksara, 2006
- Muhammad, Alimin, *Etika Dan Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam Yogyakarta: BPFE, 2004*
- Muljadi A.J, *Kepariwisataaan Dan Perjalanan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2009
- Nurul Mubarak Dan Eriza Yolanda Maldina, *Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista*, *Jurnal I-Economic Vol 3, No 1 Juni 2017*
- Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis Jakarta: Rineka Cipta, 2009*
- Peraturan Bupati Demak Nomor 35 Tahun 2018 Tentang Rencana Kerja Pemerintah Daerah Kabupaten Demak Tahun 2019.
- Probowati Ayu Niken, Anifatul Hanim & Fajar Wahyu. (2015). *Identifikasi Faktor Penentu Pengembangan Obyek Wisata Di Kabupaten Demak*. *Artikel Ilmiah Mahasiswa. Volume 01, Nomor 01, Tahun 2019 91 Collaborative Governance dalam Pengembangan Pariwisata di Indonesia*
- Philip Kotler Et Al, *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*, Yogyakarta: ANDI And Pearson Education Asia Pte.Ltd, 2000
- Philip Kotler Dan Kevin Lane Koller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2008
- Prof. Dr. Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2013
- Prof. DR. H. Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta, 2012
- Prof. Mudrajad Kuncoro, Ph.D., *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi edisi 4*, Yogyakarta: Erlangga, 2013
- Putri Susanthiasih Dan Rusliani, *Pelayanan Dan Fasilitas Wisata Pulau Pahawang Ditinjau Dariperspektif Ekonomi Islam*, *Jurnal Ekonomi Islam Vol 8, No 2 November 2017*
- Rahmi Syahriza, *Pariwisata Berbasis Syariah*, *Jurnal Human Falah Volume 1, No 2 Juli - Desember 2014*
- Rahmi Syahriza, *Pariwisata Berbasis Syariah*, *Jurnal Human Falah Volume 1, No 2 Juli - Desember 2014*
- Razak Fitridamayanti, Benu Suzana & Gene Kapantow. (2017). *Strategi Pengembangan Wisata Bahari Pantai Malalayang, Kota Manado, Sulawesi Utara*. *Agri-Sosioekonomi Unsrat,13 (1a), 277 – 284.*
- Ridwan Lasabuda. (2013). *Pembangunan Wilayah Pesisir dan Lautan Dalam Perspektif Negara Kepulauan Republik Indonesia*. *Jurnal ilmiah Platax 1 (2),*
- Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, Jakarta: salemba empat, 2011 Yusniar Dwi Ratnasari, *Jurnal Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Jepara Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pantai Tirta Samudra 2016*
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sukmadinata, S. Nana. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

- Surjaweni V.W. (2014). *Metodologi penelitian: Lengkap, praktis, dan mudah dipahami*. Yogyakarta: Pustakabarupress.
- Suwantoro, Gamal. (2004). *Dasar-dasar Pariwisata*, Yogyakarta: ANDI
- Tambunan Jimmy Margomgom, Sutrisno Anggoro & Hartuti Purnaweni. (2013). *Kajian kualitas Lingkungan dan Kesesuaian Wisata Pantai Tanjung Pesona Kabupaten Bangka. Prosiding Seminar Nasional Pengelolaan Sumberdaya Alam dan Lingkungan*.
- Wahab Salah, *Pemasaran Pariwisata, Jakarta: PT Pradnya Paramita, 2001*