

**FLUKTUASI HARGA DALAM JUAL BELI TIKET PESAWAT  
PERSPEKTIF PEMASARAN SYARIAH  
( Studi Pada PT. Airlengkap Wisata Kota Bengkulu )**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat penulisan Skripsi  
Dalam Bidang Ekonomi Syariah (S.E.)

**OLEH:**

**Desmalitasari**  
**NIM 1516130247**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU  
BENGKULU, 2020 M/ 1441 H**

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi ini ditulis oleh Desmalitasari, 1516130247 dengan judul "Fluktuasi Harga dalam Jual Beli Tiket Pesawat Perspektif Pemasaran Syariah (Studi Pada PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu)". Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena itu, Skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang *munaqasah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Bengkulu, 31 Desember 2019  
Rabi'ul Akhir 1441 H

Pembimbing I

Pembimbing II




Drs. M. Syakroni, M.Ag

Khairiah elWardah, M.Ag

NIP.1957070619787031003

NIP.197808072005012008



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211  
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172  
Website: www.iainbengkulu.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "Fluktuasi Harga Dalam Jual Beli Tiket Pesawat  
Perspektif Pemasaran Syariah (Studi Pada PT. Airlangkap Wisata Kota  
Bengkulu)", oleh Desmalitasari NIM: 1516130247, Program Studi Ekonomi

Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim  
Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam  
Negeri (IAIN) Bengkulu pada:

Hari : Selasa  
Tanggal : 28 Januari 2020 M/ 03 Jumadil Akhirah 1441 H

Dinyatakan LULUS. Telah diperbaiki, dapat diterima dan disahkan  
sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah  
dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Bengkulu, 05 Februari 2020 M  
9 Jumadil Akhirah 1441 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

**Drs. M. Syakroni, M.Ag**  
NIP. 195707061978031003

Sekretaris

**Khairiah Elwardah, M.Ag**  
NIP. 197808072005012008

Penguji I

**Dr. Nurul Hak, M.A**  
NIP. 196606161995031002

Penguji II

**Nonie Affrianty, ME**  
NIP. 199304242018012002

Mengetahui,

Dekan

  
**Dr. Asnaini, MA**  
NIP. 197304121998032003

**MOTTO**

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

**Sesungguhnya Bersama Kesulitan Ada Kemudahan**

(Al-Insyirah :6)

**BILA KAU TAK TAHAN PENATNYA BELAJAR,  
MAKA KAMU AKAN MENANGGUNG PERIHNYA KEBODOHAN.**

(IMAM SYAFI'D)

## PERSEMBAHAN

Segala puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Seiring do'a dan hati yang tulus kupersembahkan karya sederhana ini yang telah kuraih dengan suka, duka dan air mata serta rasa terimakasih yang setulus-tulusnya untuk orang-orang yang kusayangi dan kucintai serta orang-orang yang telah mengiringi keberhasilanku:

- ❖ Sujud syukur kupersembahkan kepada Allah SWT yang Maha Agung, Maha Tinggi, dan Maha Penyayang atas takdirmu kau jadikan aku manusia yang senantiasa berpikir, berilmu, dan bersabar dalam menjalani proses kehidupan ini. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal bagiku untuk meraih cita-cita besarku. Serta sholawat dan salam selalu terlimpahkan kepada Rasulullah SAW.
- ❖ Kedua orang tuaku tercinta Ayahanda Wardi. P dan Ibunda Maina yang tidak pernah lelah memberikan semangat, motivasi serta tiada hentinya mendo'akanku dengan tulus demi tercapainya keberhasilanku.
- ❖ Adikku Tersayang Yopi Anuar Putra yang selalu mendo'akanku, memberikan semangat, dukungan serta keceriaan.
- ❖ Kakak Sepupuku Sasman, Efantri, Yoka Astia, selalu mendo'akan dan memberikan nasehat, serta selalu mengharapkan kesuksesanku.
- ❖ Bapak Idwal B, M.A, selaku pembimbing akademik yang telah memberikan nasehat dan bimbingan agar menjadi orang yang lebih baik.

- ❖ Bapak Drs. M. Syakroni, M.Ag, selaku pembimbing I dan ibu Khairiah elWardah, M.Ag, selaku pembimbing II yang selalu bersedia mengulurkan waktu dan membimbingku dengan penuh kesabaran dan keikhlasan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan sebaik- baiknya.
- ❖ Sahabat-sahabatku yang selalu memotivasi, mendukung, serta selalu mendengarkan Keluh Kesahku dan selalu ada untukku Narti Oktavia, Mentari, Lusi Fitria Ningsih, Yuni Kristiana, S.E, Novita Sari Yn, Rapita Sari, Sumanti, Desi Nurmala Syahri dan Dwintan Ali Denson.
- ❖ Keluargaku Pondokan Alya, terimakasih sudah mengisi hari-hari dengan keceriaan, kebersamaan, dan selalu mendukungku: Thesa Lonica, Nabella Feni Restuti, Lidya Valentina, Sri Oktavia, S.pd, Meica Putriani, S.pd, Yeyen Tiara, Ayuni Permata Sari.
- ❖ Ibu direktur Jayati Ningsih beserta karyawan PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu, yang sudah mengizinkan melakukan penelitian serta membantu peneliti dengan penuh keikhlasan. Semoga PT. Airlangkap Wisata semakin maju dan berjaya.
- ❖ Almamater IAIN Bengkulu yang telah Menempahku.

## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi dengan Judul “Fluktuasi Harga Dalam Jual Beli Tiket Pesawat Perspektif Pemasaran Syariah ( Studi Pada PT. Airlengkap Wisata Kota Bengkulu), adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali dari arahan tim pembimbing.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan didalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu,    Januari 2020 M  
Jumadil Ula 1441 H

Mahasiswa yang mengatakan



Desmalitasari  
1516130247

SURAT PERNYATAAN

NAMA : Desmalitasari  
NIM : 1516130247  
PROGRAM STUDI : Ekonomi Syariah  
JUDUL : Fluktuasi Harga Dalam Jual Beli Tiket Pesawat Perspektif Pemasaran Syariah (Studi pada PT. Airlengkap Wisata Kota Bengkulu)

Dengan ini dinyatakan bahwa telah dilakukan verifikasi plagiasi melalui <http://smallseotools.com/plagiarism-checker/>, skripsi yang bersangkutan dapat diterima dan tidak memiliki indikasi plagiasi.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Apabila terdapat kekeliruan dalam verifikasi ini maka akan dilakukan tinjau ulang kembali.

Bengkulu, Januari 2020 M  
Jumadil Ula 1441 H

Mengetahui Tim verifikasi



Dr. Nurul Hak, M.A  
NIP: 196606161995031002

Yang Membuat Pernyataan



Desmalitasari  
NIM: 1516130247



## ABSTRAK

### **Fluktuasi Harga dalam Jual Beli Tiket Pesawat Perspektif Pemasaran Syariah (Studi Pada PT. Airlengkap Wisata Kota Bengkulu).**

**Oleh : Desmalitasari, NIM : 1516130247**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui fluktuasi harga dalam jual beli tiket pesawat di PT. Airlengkap Wisata Kota Bengkulu dan untuk mengetahui perspektif pemasaran syariah terhadap fluktuasi harga dalam jual beli tiket pesawat di PT. Airlengkap Wisata Kota Bengkulu. Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan deskriptif analisis, data yang dikumpulkan dan diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa jual beli tiket pesawat di PT. Airlengkap Wisata Kota Bengkulu mengalami fluktuasi harga yang disebabkan karena dalam penetapan harga pihak agen mengikuti harga yang telah ditetapkan maskapai, dalam penetapan harga ini maskapai menggunakan sistem *dynamic pricing* yaitu sebuah strategi berupa pengaturan penetapan harga yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan maskapai penerbangan, dan fluktuasi harga tiket pesawat di PT. Airlengkap Wisata Kota Bengkulu mengikuti kondisi permintaan dan penawaran yang sudah ditetapkan oleh maskapai tanpa menambah harga untuk mendapat keuntungan yang lebih besar. Hal ini sesuai dengan pemasaran perspektif syariah bahwa segala aktivitas bisnis dalam bentuk kegiatan dilandasi dengan kejujuran, keadilan, dan keterbukaan sesuai proses yang berprinsip pada akad bermuamalah Islami.

***Kata Kunci*** : *Fluktuasi harga, jual beli dan tiket pesawat*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nyalah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Fluktuasi Harga dalam Jual Beli Tiket Pesawat Perspektif Pemasaran Syariah di PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu”. Tak lupa pula shalawat dan salam penulis curahkan kepada Rasulullah SAW yang telah memberi suri tauladan yang baik untuk umat Islam.

Penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E) pada program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Sirajuddin M, M. Ag., selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
2. Dr. Asnaini, M.A, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu.
3. Desi Isnaini, M.A, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam IAIN Bengkulu.
4. Eka Sri Wahyuni, MM, selaku Ketua Prodi Ekonomi Islam IAIN Bengkulu.
5. Drs. M. Syakroni, M.Ag, selaku pembimbing I yang telah membimbing dalam proses penyusunan skripsi dengan penuh kesabaran dan keikhlasan.
6. Khairiah elWardah, M.Ag, selaku pembimbing II yang telah membimbing dalam proses penyusunan skripsi dengan penuh kesabaran dan keikhlasan.

7. Kepada kedua orang tua yang selalu mendoakan kesuksesan penulis dalam menyelesaikan skripsi.
8. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
9. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.
10. Almamaterku IAIN Bengkulu.
11. Semua pihak yang telah membantu penulisan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis memohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran yang membangun kepada pembaca agar kedepannya lebih baik dalam penulisan.

Bengkulu, 27 Desember 2019  
Rabiul Akhir 1441 H

Desmalitasari  
NIM 1516130247

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.</b> .....	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING.</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO.</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK.</b> .....	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.</b> .....	<b>xv</b>

### BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah. ....	7
C. Tujuan Penelitian. ....	7
D. Kegunaan Penelitian.....	7
E. Penelitian Terdahulu. ....	8
F. Metode Penelitian.....	14
1. Jenis Dan Pendekatan Penelitian .....	14
2. Waktu Dan Lokasi Penelitian.....	14
3. Informan Penelitian. ....	14
4. Sumber Data. ....	15
5. Teknik Pengumpulan Data. ....	15
6. Teknik Analisis Data. ....	18
G. Sistematika Pembahasan. ....	20

## **BAB II KAJIAN TEORI**

A. Konsep Fluktuasi.....	22
1. Pengertian Fluktuasi.....	22
2. Faktor Penyebab Fluktuasi.....	23
3. Penyebab Terjadinya Fluktuasi Harga Tiket Pesawat. ....	24
B. Konsep Jual Beli. ....	25
1. Pengertian Jual Beli.....	25
2. Landasan Hukum Jual Beli. ....	26
3. Rukun Jual Beli.....	28
C. Tiket Pesawat. ....	29
1. Pengertian Tiket Pesawat. ....	29
2. Macam-Macam Tiket Penerbangan. ....	30
3. Penetapan Harga Tiket Pesawat Udara Menurut Undang-Undang. ....	32
D. Pemasaran Syariah. ....	36
1. Produk. ....	37
2. Harga. ....	37
3. Distribusi.....	40
4. Promosi. ....	41

## **BAB III GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

A. Sejarah PT.Airlangkap Wisata.....	42
B. Lokasi PT. Airlangkap Wisata.....	42
C. Visi dan Misi PT. Airlangkap Wisata. ....	42
D. Struktur Manajemen PT. Airlangkap Wisata.....	44
E. Paket dan Fasilitas yang Disediakan PT. Airlangkap Wisata.....	44

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian. ....	47
1. Proses Jual Beli Tiket Pesawat . ....	47
a. Pelaksanaan Pemesanan Tiket Pesawat. ....	49
b. Pelaksanaan Akad Jual Beli Tiket Pesawat Di PT. Airlengkap Wisata Kota Bengkulu . ....	52
c. Pelaksanaan Pembayaran Tiket Pesawat Di PT. Airlengkap Wisata Kota Bengkulu. ....	53
2. Fluktuasi Harga Tiket Pesawat Di PT. Airlengkap Wisata Kota Bengkulu.....	55
B. Pembahasan.....	59

## **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan. ....	66
B. Saran.....	67

<b>DAFTAR PUSTAKA. ....</b>	<b>68</b>
-----------------------------	-----------

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Belangko Pengajuan Judul Yang di ACC
- Lampiran 2 : Bukti Menghadiri Seminar Proposal
- Lampiran 3 : Daftar Hadir Seminar Proposal
- Lampiran 4 : Catatan Perbaikan Proposal Skripsi
- Lampiran 5 : Halaman Pengesahan Penunjukan Tim Pembimbing Skripsi
- Lampiran 6 : Surat Penunjuk Pembimbing Skripsi
- Lampiran 7 : Pedoman Wawancara
- Lampiran 8 : Halaman Pengesahan Izin Penelitian
- Lampiran 9 : Surat Izin Penelitian dari Institut Agama Islam Negeri Bengkulu
- Lampiran 10 : Surat Rekomendasi Penelitian dari Kesbangpol Kota Bengkulu
- Lampiran 11 : Surat Keterangan Selesai Penelitian
- Lampiran 12 : Bukti Tidak Plagiat Judul Skripsi
- Lampiran 13 : Lembar Bimbingan Skripsi Pembimbing I
- Lampiran 14 : Lembar Bimbingan Skripsi Pembimbing II
- Lampiran 15 : Dokumentasi Foto Penelitian

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Pada dasarnya dalam sistem ekonomi Islam, mekanisme pasar dibangun atas dasar kebebasan, yakni kebebasan individu untuk melakukan transaksi barang dan jasa. Sistem ekonomi Islam menempatkan kebebasan pada posisi yang tinggi dalam kegiatan ekonomi, walaupun kebebasan itu bukanlah kebebasan mutlak seperti yang dianut paham kapitalis. Namun, kebebasan itu diikat dengan aturan yaitu tidak melakukan kegiatan ekonomi yang bertentangan dengan aturan syariat, tidak menimbulkan kerugian bagi para pihak yang bertransaksi, dan senantiasa melakukan kegiatan ekonomi dalam rangka mewujudkan kemaslahatannya.<sup>1</sup>

Allah SWT telah menghalalkan jual beli, dan dalam jual beli harus dengan cara yang benar tidak melakukan jual beli dengan cara yang batil, yang didasari rasa saling ridha antara pihak yang melakukan transaksi tersebut. Sebagai mana firman Allah SWT dalam surah An-nisa ayat 29:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ

تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

<sup>1</sup>Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h. 148



Artinya : *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*<sup>2</sup>

Jual beli agar terhindar dari unsur gharar, riba, pemaksaan dan lain sebagainya. Islam telah menetapkan aturan aturan hukumnya seperti yang telah diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW, baik mengenai rukun, syarat maupun jual beli yang diperbolehkan ataupun yang tidak diperbolehkan seperti dalam subjek jual beli yakni berakal, dengan kehendak sendiri, keduanya tidak mubazir, balig dan objek jual beli meliputi bersih barangnya, barang yang diperjualbelikan milik sendiri, barang yang diperjualbelikan dapat diserahkan, barang atau benda yang diperjualbelikan dapat diketahui. Ada banyak sekali jenis barang yang diperjualbelikan salah satunya jual beli tiket pesawat.

Jual beli tiket pesawat pun beraneka ragam, ada yang melalui agen penjualan tiket dan ada juga melalui maskapai secara online. Penjualan tiket pesawat melalui agen salah satunya dilakukan oleh PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu, yang didirikan pada bulan Januari tahun 2010. Pendirian PT. Airlangkap Wisata bertujuan untuk mengakomodasikan kebutuhan akan operator wisata yang dapat mengelola kegiatan – kegiatan wisata di Daerah Kotamadya Bengkulu dan sekitarnya. PT. Airlangkap Wisata berkedudukan dan berlokasi usaha di Bengkulu tepatnya di jalan Depati Payung Negara no 67 Pagar Dewa Kota Bengkulu Sebagai biro

---

<sup>2</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Mushaf Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: PT. Sygma Examedia Arkanlema, 2015), h. 301.

perjalanan wisata, kegiatan usaha dan operasional tidak hanya dilakukan di wilayah Bengkulu saja tetapi juga sampai ke seluruh daerah yang menjadi tujuan kegiatan wisata.

Kegiatan perdagangan yang semakin berkembang ini tidak selayaknya seorang muslim menjual kepada orang yang tidak banyak tahu harga dengan harga yang lebih tinggi dari harga sebenarnya, kecuali jika dia memberitahukan harga yang sebenarnya kepadanya. Sebab, menjualnya dengan harga yang lebih tinggi dari harga yang sebenarnya termasuk penipuan.<sup>3</sup> Maka tentunya pembeli harus lebih berhati-hati dalam melakukan transaksi jual beli, dan hendaknya penetapan harganya disesuaikan dengan harga pasar atau harga yang berlaku secara umum.

Adanya suatu harga yang adil telah menjadi pegangan yang mendasar dalam transaksi yang Islami. Pada prinsipnya transaksi bisnis harus dilakukan pada harga yang adil sebab ia adalah cerminan dari komitmen syariat Islam terhadap keadilan yang menyeluruh. Secara umum, harga yang adil ini adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan (kezaliman) sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkannya.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup>Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2014), h. 142.

<sup>4</sup>Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), h. 332

Pelaksanaan jual beli tiket pesawat di PT. Airlengkap Wisata Kota Bengkulu terdapat fluktuasi harga dalam setiap waktu (menit/ jam) yang selalu berubah dalam satu jadwal rute penerbangan yang sama. Ketidakstabilan harga di setiap waktu menyebabkan setiap konsumen yang membeli tiket pesawat dengan harga yang berbeda-beda, baik dalam hari yang sama, maupun di hari yang berbeda.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan, peneliti menemukan hal yang menarik berkaitan dengan transaksi jual beli tiket pesawat di PT.

Airlengkap Wisata Kota Bengkulu. Perhatikan tabel di bawah ini:

No	Nama Konsumen	Jenis tiket	Rute penerbangan	Hari/Tanggal pembelian	Hari/tanggal keberangkatan	Harga
1	Yenita	Lion Air (JT. 635)	BKS- CGK	Sabtu, 2 November 2019	Selasa, 5 November 2019	683.100
	Henderzon	Lion Air (JT.635)	BKS-CGK	Senin, 4 November 2019	Selasa, 5 November 2019	808.500
	Mulyadi Ismail	Lion Air (JT.635)	BKS-CGK	Senin, 4 November 2019	Selasa, 5 November 2019	871.200
2	Zhurhak Dani	Citilink (QG.648)	BKS-DPS	Sabtu, 12 Oktober 2019	Senin, 14 Oktober 2019	1.753.400
	Riana	Citilink (QG.648)	BKS-DPS	Senin, 14 Oktober 2019	Senin, 14 Oktober 2019	2.482.700
	Nila Deswati	Citilink (QG.993)	BKS-CGK	Selasa, 5 November 2019	Kamis, 7 November 2019	7.63.400

	Dedi Aprizal	Citilink (QG.993)	BKS-CGK	Rabu, 6 November 2019	Kamis, 7 November 2019	1.526.800
3	Suyuro	Sriwijaya (SJ.001)	BK S-CGK	Rabu, 23 Oktober 2019	Sabtu, 26 Oktober 2019	1.123.800
	Jamalus	Sriwijaya (SJ.001)	BKS-CGK	Kamis, 24 Oktober 2019	Sabtu, 26 Oktober 2019	1.259.000
4	Ida Samidah	Batik (ID.7128)	BKS-HLP	Jum'at, 8 November 2019	Jum'at, 8 November 2019	1.116.500
	Rayati	Batik (ID.7128)	BKS-HLP	Jum'at, 8 November 2019	Jum'at, 8 November 2019	1.278.200
5	Marwan	Garuda (GA.297)	BKS-CGK	Sabtu, 17 Oktober 2019	Minggu, 13 Oktober 2019	1.017.500
	Hariyanto	Garuda (GA.297)	BKS-CGK	Sabtu, 17 Oktober 2019	Minggu, 13 Oktober 2019	1.337.600

Sumber: PT. Airlengkap Wisata Kota Bengkulu.

Penjelasan tabel di atas menunjukkan bahwa harga tiket pesawat selalu mengalami perubahan, sehingga ada konsumen yang mengeluh dan merasa bingung dengan perubahan harga tiket pesawat di setiap waktunya. Sebagaimana hasil wawancara dengan salah satu konsumen yaitu, bapak

Nizarwan: “saya merasa sangat bingung dengan perubahan harga tiket pesawat yang tidak menentu, karena banyaklah naiknya dari pada turun”.<sup>5</sup>

Harga dalam pemasaran syariah merupakan cerminan nilai jual atas produk atau jasa sepanjang dalam proses transaksinya tidak ada ketentuan-ketentuan syariah yang melarangnya. Pemasaran syariah juga mempelajari proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai-nilai (*values*) dari seorang penjual (*seller*) kepada sejumlah pembeli (*buyers*) yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah Islam. Dalam hal ini adanya perubahan harga tiket pesawat membuat konsumen yang membeli tiket pesawat dengan tujuan dan hari keberangkatan yang sama harus membayar dengan harga yang berbeda-beda. Sedangkan dalam pemasaran syariah mengatur penetapan harga bahwa penjual tidak diperbolehkan menetapkan harga yang berbeda kepada dua orang pembeli atau lebih atas barang yang sama.<sup>6</sup>

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul mengenai **“Fluktuasi Harga Dalam Jual Beli Tiket Pesawat Persepektif Pemasaran Syariah (Studi Pada PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu).”**

---

<sup>5</sup>Nizarwan, Konsumen PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu, Wawancara pada tanggal 21 Oktober 2019

<sup>6</sup>Nurul Huda, dkk, *Pemasaran Syari'ah*, (Depok: Kencana, 2017), h. 129

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana fluktuasi harga dalam jual beli tiket pesawat di PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu?
2. Bagaimana perspektif pemasaran syariah terhadap fluktuasi harga dalam jual beli tiket pesawat di PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu?

## **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

1. Tujuan penelitian
  - a. Untuk mengetahui fluktuasi harga dalam jual beli tiket pesawat di PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu.
  - b. Untuk mengetahui perspektif pemasaran syariah terhadap fluktuasi harga dalam jual beli tiket pesawat di PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu.
2. Kegunaan penelitian
  - a. Secara teoritis, penelitian ini sangat bermanfaat karena untuk menambah pemahaman bagi pemakai jasa penerbangan serta pelaku bisnis mengenai fluktuasi harga dalam jual beli tiket pesawat perspektif pemasaran syariah.
  - b. Secara praktis, diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu dalam jual beli tiket pesawat.

#### D. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan oleh Nur Hilmi, (2016) dengan judul Pengaruh Fluktuasi Harga Tiket Pesawat Terhadap Pendapatan Agen Travel di Kota Banda Aceh Ditinjau Menurut Konsep Ji'alah.<sup>7</sup> Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh naik turunnya harga tiket pesawat terhadap pendapatan agen travel di Kota Banda Aceh. Dan untuk menganalisis akad *ji'alah* pada perjanjian maskapai dengan Agen travel sudah sesuai dengan hukum Islam. Untuk mencapai tujuan penelitian, penulis menggunakan metode yang bersifat kuantitatif yaitu suatu pendekatan yang dalam pengumpulan data bukan berupa angka-angka, melainkan data tersebut berasal dari wawancara. Hasil penelitian ini dapat dipaparkan bahwa perjanjian yang berlaku antara perusahaan penerbangan dengan agen travel adalah perjanjian tertulis, isi perjanjian kerjasama dibuat dalam bentuk kontrak baku dan ditandatangani kedua belah pihak di atas materai dengan kesepakatan pemberian imbalan berupa *fee* kepada agen travel berbeda-beda antar agen travel berkisar antara 2,5 % sampai 7 % per tiket yang terjual. Mekanisme penjualan harga tiket pesawat oleh agen travel sesuai dengan akad *ji'alah*, meskipun pihak agen travel diikat dengan adanya deposit yang harus disetor ke perusahaan penerbangan. Dalam akad *ji'alah* juga membolehkan pemberian imbalan kepada pihak kedua yang telah menggunakan jasanya untuk kepentingan pihak pertama, imbalan

---

<sup>7</sup>Nur Hilmi, “Pengaruh Fluktuasi Harga Tiket Pesawat Terhadap Pendapatan Agen Travel Di Kota Banda Aceh Ditinjau Menurut Konsep Ji'alah”, Universitas Islam Negeri AR-Raniry Darusallam Banda Aceh: Skripsi Sarjana, Fakultas Syariah dan Hukum, 2016

tersebut telah ditentukan diawal akad dan diberikan setelah pihak kedua berhasil melaksanakan tugasnya.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang fluktuasi harga tiket pesawat. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian terdahulu menggunakan penelitian kuantitatif dan lebih fokus kepada konsep *ji'alah*, pada penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dan lebih kepada konsep pemasaran syariah.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Fatchul Mubarak, (2017) dengan judul *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Fluktuasi Harga (Studi Kasus Pedagang Makanan Di Alun-Alun Kabupaten Klaten)*.<sup>8</sup> Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dengan jelas tinjauan hukum Islam terhadap praktek fluktuasi harga pedagang makanan di alun-alun Kabupaten Klaten dan untuk mengetahui dengan jelas tinjauan hukum perlindungan konsumen terhadap peraktek fluktuasi harga pedagang makanan di alun-alun kabupaten klaten. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian dengan data yang diperoleh dari penelitian langsung pada kegiatan lapangan kerja penelitian. Hasil dari penelitian ini pertama, menurut hukum Islam praktek jual beli fluktuasi harga dalam prakteknya kurang mengenal hukum dari pihak menjual makanan ini sangat disayangkan sekali ketika kesepakatan harga yang harusnya dari kedua belah pihak berganti

---

<sup>8</sup>Fatchul Mubarak, "*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Fluktuasi Harga Studi Kasus Pedagang Makanan Di Alun-Alun Kabupaten Klaten*", Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta: Skripsi Sarjana, Fakultas Syariah dan Hukum, 2017



menjadi satu pihak saja yaitu penjual saja. Sehingga dalam prakteknya ada praktek kecurangan yang terjadi dan dapat menimbulkan rusaknya akad jual beli yang awalnya halal menjadi haram. Kedua, menurut hukum perlindungan konsumen praktek jual beli fluktuasi harga dalam praktek yang terjadi harus di landasi itikad baik dan tidak mengurangi hak dan kewajiban. Sehingga dari segi pembeli makanan sangat dirugikan ketika harga naik secara tidak wajar dalam prakteknya, walaupun hanya sebatas kasus atau praktek yang tergolong kecil namun sudah termasuk wanprestasi dari pihak penjual.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu, sama-sama meneliti tentang fluktuasi harga. Perbedaannya adalah pada objek yang diteliti. Penelitian terdahulu membahas mengenai pedagang makanan sedangkan penelitian ini membahas mengenai tiket pesawat. Dan pada penelitian terdahulu menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan normatif yaitu berdasarkan pada hukum Islam, yang terdiri dari Alquran, hadis dan hukum perlindungan konsumen. Sedangkan penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Paragawati, dengan judul *Pengaruh harga jual tiket pesawat terhadap minat pengguna jasa penerbangan pada maskapai Batavia Air dalam Perspektif Ekonomi Islam*.<sup>9</sup> Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah harga jual tiket pesawat berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna jasa penerbangan

---

<sup>9</sup>Paragawati, “*Pengaruh Harga Jual Tiket Pesawat Terhadap Minat Pengguna Jasa Penerbangan Pada Maskapai Batavia Air Dalam Perspektif Ekonomi Islam*”, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau: Skripsi Sarjana, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, 2013

maskapai Batavia Air. Serta bagaimana pandangan ekonomi Islam terhadap penetapan harga jual tiket pesawat pada maskapai Batavia Air. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa nilai koefisien regresi variabel rata-rata harga tiket sebesar  $-0,00005$ . Artinya adalah bahwa setiap peningkatan rata-rata harga tiket sebesar Rp 100.000, maka akan menurunkan jumlah pengguna jasa penerbangan sebanyak 5 orang. Dari hasil uji t diketahui  $t$  hitung  $(-0,715) < t$  tabel  $(2228)$  dan  $\text{sig. } (0,419) > 0,05$ . Artinya rata-rata harga tiket tidak berpengaruh signifikan terhadap jumlah pengguna jasa penerbangan. Nilai koefisien determinasi sebesar  $0,049$ . Artinya adalah bahwa sumbangan pengaruh rata-rata harga tiket terhadap penggunaan jasa penerbangan adalah sebesar  $4,9\%$ , sedangkan sisanya sebesar  $95,1\%$  dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Nilai koefisien korelasi sebesar  $0,220$ . Artinya adalah bahwa korelasi antara rata-rata harga tiket dengan jumlah pengguna jasa penerbangan memiliki hubungan yang rendah. Tinjauan ekonomi Islam terhadap penetapan harga jual tiket pesawat maskapai batavia air, tidak ditemukan yang bertentangan dengan prinsip-prinsip Syariah Islam.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang harga tiket pesawat. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian terdahulu

menggunakan metode penelitian kuantitatif sedangkan pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif .

4. Nurman Hadipratama, yang berjudul *Strategi Peningkatan Penjualan Pada PT. Citilink Indonesia Distrik Denpasar Di Bali*.<sup>10</sup> Penelitian ini bertujuan agar Citilink bisa lebih berkembang dan bersaing secara kompetitif dengan *Low Cost Carrier*. Hasil penelitian berdasarkan analisis skala *likert* yang dilakukan terhadap lingkungan internal dan eksternal PT. Citilink Indonesia dan dikombinasikan dengan analisis SWOT dapat diterapkan strategi yang dapat meningkatkan penjualan tiket yaitu strategi peningkatan promosi dan memperkuat pangsa pasar, strategi peningkatan sumber daya manusia, strategi penyesuaian harga dan strategi peningkatan pelayanan.

Persamaan penelitian yang ada pada jurnal ini dengan penulis adalah sama-sama meneliti tentang tiket. Perbedaan penelitian ini dengan jurnal ini adalah penelitian ini lebih fokus ke fluktuasi harga tiket pesawat sedangkan jurnal fokus pada peningkatan penjualan tiket. Selain itu pada jurnal menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, studi kepustakaan dan kuisisioner pada penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi .

---

<sup>10</sup>Nurman Hadipratama, “Strategi Peningkatan Penjualan Pada PT. Citilink Indonesia Distrik Denpasar Di Bali”, *Jurnal Kemendag*, Vol. 4 No. 2 (27 Desember 2016), h. 69

5. Muhammad Afdi Nizar, yang berjudul *The Impact of World Oil Prices Fluctuation on Indonesia's Economy*.<sup>11</sup> Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak fluktuasi harga minyak di pasar dunia terhadap perekonomian Indonesia periode tahun 2000–2011. Dengan menggunakan data *time series* bulanan dan model VAR, studi ini menganalisis dampak fluktuasi harga minyak dunia terhadap pertumbuhan ekonomi, tingkat inflasi, uang beredar, nilai tukar riil, dan suku bunga. Hasil analisis menunjukkan bahwa fluktuasi harga minyak di pasar dunia: (i) berdampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi selama 3 bulan (satu kuartal), (ii) mendorong laju inflasi domestik selama satu tahun, (iii) meningkatkan jumlah uang beredar di dalam negeri; penambahan jumlah uang beredar berlangsung selama 5 bulan, (iv) berdampak negatif terhadap nilai tukar riil rupiah selama 10 bulan dan (v) menyebabkan naiknya suku bunga di dalam negeri (efek ini berlangsung selama 10 bulan).

Persamaan penelitian yang ada pada jurnal ini dengan penulis adalah sama-sama meneliti tentang fluktuasi. Perbedaan penelitian ini dengan jurnal ini adalah penelitian ini lebih fokus ke fluktuasi harga tiket pesawat sedangkan jurnal fokus pada fluktuasi harga minyak dunia terhadap perekonomian Indonesia. Selain itu pada jurnal menggunakan data *time series*, pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif.

---

<sup>11</sup> Muhammad Afdi Nizar, "The Impact of World Oil Prices Fluctuation on Indonesia's Economy", *Jurnal Kemendag*, Vol. 6 No. 2 (Desember 2012), h. 60

## E. Metode Penelitian

### 1. Jenis dan pendekatan penelitian

Berdasarkan tujuan yang hendak dicapai dan Jenis data yang diperlukan maka penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan cara menggunakan suatu kenyataan empiris dari objek yang dijadikan penelitian. Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan deskriptif analisis untuk memaparkan data-data yang didapat di lapangan kemudian menganalisisnya dan mendapatkan kesimpulan dari penelitian ini.<sup>12</sup>

### 2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu dalam penelitian ini dimulai dari bulan Oktober-November 2019. Lokasi penelitian dilaksanakan di PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu. Adapun alasan peneliti melakukan penelitian ini adalah karena PT. Airlangkap wisata ini sudah lama berdiri dan PT. Airlangkap Wisata ini juga bekerjasama dengan banyak maskapai.

### 3. Informan Penelitian

Teknik dalam pengambilan informasi dalam penelitian ini adalah model *purposive sampling* yaitu mengambil informasi bukan berdasarkan strata tetapi didasarkan atas adanya tujuan atau pertimbangan tertentu.<sup>13</sup> Dengan syarat karyawan yang sudah berkerja selama satu tahun di PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu, dan konsumen yang membeli tiket pesawat datang secara langsung dan

---

<sup>12</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana 2005), h. 271

<sup>13</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian...*, h. 274

bersedia diwawancarai. Artinya setiap informan yang diambil dipilih dengan sengaja berdasarkan tujuan dan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini, informan yang dipilih berjumlah 9 orang, terdiri dari 1 orang direktur, 2 orang karyawan dan 6 orang konsumen PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu.

#### 4. Sumber Data

Sumber data dibagi menjadi dua yaitu primer dan sekunder.

##### a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung di lapangan atau dari sumbernya langsung.<sup>14</sup> Dalam hal ini data diperoleh peneliti dengan cara melakukan pengamatan dan wawancara. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dari direktur, karyawan dan konsumen PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu.

##### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada.<sup>15</sup> Dalam hal ini data diperoleh dari sumber-sumber buku pendukung, internet, dan dokumen yang berhubungan dengan masalah penelitian.

#### 5. Teknik Pengumpulan Data

##### a. Observasi

---

<sup>14</sup> Septiawan Santana K, *Menulis Ilmiah Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2010), h. 1

<sup>15</sup> Septiawan Santana K, *Menulis Ilmiah...*, h. 3

Observasi adalah pengamatan terhadap suatu objek yang diteliti baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memperoleh data yang harus dikumpulkan dalam penelitian.<sup>16</sup> Peneliti menggunakan observasi tanpa peran serta, peneliti hanya mengamati subjek yang diteliti yaitu fluktuasi harga dalam jual beli tiket pesawat di PT. Airlengkap Wisata Jl. Depati Payung Negara No. 67 Pagar Dewa Kota Bengkulu kepada konsumen.

b. Wawancara

Wawancara adalah metode pengambilan data dengan cara menanyakan sesuatu kepada seseorang yang menjadi informan atau responden. Caranya adalah bercakap-cakap secara tatap muka.<sup>17</sup> Wawancara dilakukan karena peneliti tidak dapat mengobservasi seluruhnya. Oleh karena itu peneliti harus melakukan wawancara kepada partisipan, untuk menangkap persepsi, pikiran, pendapat, perasaan orang tentang suatu gejala, peristiwa, fakta atau realita yang kemudian dapat dianalisis secara ilmiah.<sup>18</sup>

Wawancara merupakan percakapan tatap muka antara pewawancara dan sumber informasi, dimana pewawancara bertanya langsung tentang suatu objek yang diteliti dan telah dirancang

---

<sup>16</sup>Djaman Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 105

<sup>17</sup>Afifudin Beni, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2012), h. 131

<sup>18</sup>J.R. Raco, *Metode Penelitian Kualitatif, Jenis, Karakter, dan Keunggulannya* ( Jakarta: PT Grasindo, Anggota IKAPI, 2010), h. 116

sebelumnya.<sup>19</sup> Peneliti menggunakan wawancara bebas yaitu dengan pertanyaan terbuka sehingga responden menjawab pertanyaan dengan bebas selama tidak keluar dari alur pembicaraan. Hal ini bertujuan agar penulis dapat memahami suatu fenomena atau permasalahan tertentu. Konsentrasi utama dalam melakukan wawancara langsung ini adalah pendapat responden. Peneliti telah melakukan wawancara dengan konsumen, direktur dan karyawan PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu.

#### c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan atau karya seseorang tentang sesuatu yang telah berlalu. Dokumen tentang orang atau sekelompok orang, peristiwa atau kejadian dalam situasi sosial yang sesuai dan terkait pada fokus penelitian adalah sumber penelitian yang sangat berguna dalam penelitian kualitatif.<sup>20</sup> Dokumen itu dapat berupa teks tertulis, *artefacts*, gambar maupun foto. Dokumen tertulis dapat berupa sejarah kehidupan, biografi, karya tulis dan cerita. Peneliti menggunakan dokumentasi tertulis yang didapat dari direktur PT. Airlangkap Wisata Jl. Depati Payung Negara No. 67 Pagar Dewa Kota Bengkulu. Dengan menggunakan dokumentasi tersebut peneliti mendapatkan data yang jelas dan sesuai dengan apa yang diteliti.

---

<sup>19</sup>A. Musri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), h. 377

<sup>20</sup>A. Musri Yusuf, *Metode Penelitian...*, h. 379



## 6. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu proses sistematis pencarian dan pengaturan teranskrip wawancara, observasi, catatan lapangan, dokumen, foto dan material lainnya untuk meningkatkan pemahaman pemahaman peneliti tentang data yang telah dikumpulkan, sehingga memungkinkan temuan penelitian dapat disajikan dan diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dapat diawali dengan penelusuran dan pencarian catatan pengumpulan data, dilanjutkan dengan mengorganisasikan dan menata data tersebut ke dalam unit-unit, melakukan sintesis, menyusun pola dan memilih yang penting dan esensial sesuai dengan aspek yang dipelajari dan diakhiri dengan membuat kesimpulan dan laporan.

Menurut Miles dan Huberman, peneliti melakukan tiga kegiatan analisis data, yaitu :<sup>21</sup>

### a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan dan transformasi data mentah yang muncul dari catatan lapangan. Reduksi data dilakukan sejak pengumpulan data dimulai dengan membuat ringkasan, mengkode, membuat gugus-gugus dan menulis memo. Dengan maksud menyisihkan data yang tidak relevan. Reduksi data merupakan bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan,

---

<sup>21</sup>A. Musri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, h. 407

membuang data yang tidak perlu guna menghasilkan data yang potensial untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian.

b. *Data Display*

Kumpulan informasi yang telah tersusun ditarik kesimpulan dan dibuat tindakan. Data dikumpulkan dalam bentuk bagan, matriks, chart, diagram, dan tabel. Data disajikan dalam bentuk teks naratif sehingga data yang diperoleh dapat dibaca dan dipahami secara jelas. Setelah data sudah terfokus pada penyajian data, maka laporan dibuat. Akan tetapi apabila dibutuhkan reduksi data kembali, maka dilakukan reduksi kembali untuk mendapatkan data yang sesuai.

c. Kesimpulan atau Verifikasi

Kesimpulan dan verifikasi merupakan kegiatan akhir dari analisis data untuk memperoleh makna dari berbagai data dan informasi penelitian. Dengan melalui reduksi dan display data, peneliti melakukan penarikan kesimpulan setelah semua persoalan dan berbagai data dan informasi terungkap. Kesimpulan data yang masih bersifat sementara diperkuat, dilengkapi, dan dikonfirmasi lagi kepada sumber data. Dengan demikian penelitian tersebut dapat dikatakan akurat.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan analisis diskriptif kualitatif yaitu menganalisis dan memperoleh gambaran secara menyeluruh tentang kasus yang

diteliti. Data-data yang terkumpul kemudian akan dipilih, dikelompokkan dan dianalisa dengan metode deskriptif analitik, data-data yang diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi diteliti dalam bentuk uraian naratif. Penelitian ini menggunakan analisis data secara induktif, yaitu analisis data secara spesifik dari lapangan menjadi unit-unit dilanjutkan dengan kategorisasi.

#### **F. Sistematika Pembahasan**

Bab I Membahas pendahuluan, memaparkan garis-garis besar dan pokok permasalahan yang melatar belakangi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, metode penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II Menerangkan teori-teori atau kerangka teori fluktuasi, konsep harga dalam Islam, konsep jual beli, tiket pesawat, dan pemasaran syariah. Konsep fluktuasi berisi pengertian fluktuasi, penyebab terjadinya fluktuasi, dan penyebab terjadinya fluktuasi harga tiket pesawat. Konsep harga berisi pengertian harga, harga yang adil, fungsi harga, tujuan harga, faktor penentu harga, batas penentu harga, penetapan harga menurut para ulama. Konsep jual beli berisikan pengertian jual beli, landasan hukum jual beli, dan rukun jual beli. Tiket pesawat berisikan pengertian tiket pesawat, macam-macam tiket penerbangan, dan fungsi tiket pesawat dan penetapan harga tiket pesawat udara menurut Undang-Undang. Pemasaran

syariah berisikan pengertian pemasaran syariah, dan penetapan harga.

Bab III Membahas tentang gambaran umum PT. Airlengkap Wisata Kota Bengkulu terdiri dari sejarah, visi dan misi, struktur organisasi serta paket dan fasilitas yang ditawarkan.

Bab IV Meliputi hasil penelitian dan pembahasan yang berisikan fluktuasi harga dalam jual beli tiket pesawat perspektif pemasaran syariah.

Bab V Membahas tentang penarikan kesimpulan dan saran dari permasalahan yang diteliti dan memaparkan saran berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan.

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Konsep Fluktuasi

##### 1. Pengertian fluktuasi

Naik turunnya harga tidak selalu terjadi karena ulah spekulan, tetapi Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) fluktuasi merupakan gejala yang menunjukkan turun-naiknya harga, keadaan turun naiknya harga dan sebagainya, atau perubahan (harga tersebut) karena pengaruh permintaan dan penawaran.<sup>22</sup> Kenaikan dan penurunan harga mungkin saja dapat disebabkan oleh tekanan pasar (*market pressure*) yang terjadi karena perubahan pada faktor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi harga barang tersebut yang berlaku secara alami atau bahkan terjadi karena adanya intervensi dari pemerintah. kadang kala menurunnya produksi ataupun penurunan impor barang-barang yang dibutuhkan masyarakat. Jika terjadi peningkatan kebutuhan terhadap suatu barang (permintaan), sedangkan kemampuan produksi menurun maka harga akan naik. Disisi lain jika kemampuan produksi atau kemampuan penyediaan barang meningkat dan permintaan menurun maka harga akan turun.<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup>Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1997), h. 278

<sup>23</sup>Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h. 148

## 2. Faktor Penyebab Fluktuasi

Faktor yang mempengaruhi terjadinya fluktuasi pasar terdapat empat, yaitu:<sup>24</sup>

### a. Pemerintah

Pemerintah memiliki pengaruh yang sangat besar dalam terjadinya fluktuasi. Kebijakan fiskal dan moneter dari pemerintah memberikan efek yang signifikan dalam pasar keuangan. Kebijakan moneter dan kebijakan fiskal adalah dua kebijakan untuk mengatur perekonomian dan mengatasi kondisi ekonomi seperti krisis ekonomi atau inflasi yang terlalu tinggi.

### b. Spekulasi dan ekspektasi

Spekulasi dan ekspektasi merupakan bagian yang tidak bisa dipisahkan dari sistem keuangan. Ekspektasi adalah langkah di masa yang akan datang yang masih tergantung dari tindakan saat ini dan membentuk fluktuasi di masa yang akan datang.

### c. Transaksi internasional

Aliran dana yang datang dari negara lain berimbas pada kekuatan ekonomi sebuah negara dan mata uangnya. Semakin banyak uang yang meninggalkan sebuah negara, maka semakin lemah juga ekonominya.

### d. Penawaran dan permintaan

Penawaran dan permintaan untuk produk, mata uang atau investasi lainnya bisa menciptakan dinamika tarik-dorong pada harga. Harga dan

---

<sup>24</sup>Freedom, *pengertian fluktuasi contoh dan faktor penyebab terjadinya* dikutip dari [http:// www.freedomnesia.id/fluktuasi](http://www.freedomnesia.id/fluktuasi), pada hari Senin, tanggal 23 September 2019, pukul 20.00 WIB

suku bunga akan berubah seiring berjalannya waktu dengan adanya penawaran dan permintaan. Jika penawaran dan permintaan lemah, maka harga akan naik. Sedangkan jika penawaran naik melebihi permintaan, maka harga akan turun. Jika penawaran cenderung stabil, maka harga bisa berfluktuasi baik dan turun seiring dengan perubahan tingkat permintaan.

### 3. Penyebab Terjadinya Fluktuasi Harga Tiket Pesawat

Tinggi-rendahnya harga tiket pesawat tergantung pada biaya operasi. Jika biaya operasi suatu maskapai penerbangan tinggi, maka tarif tiket yang ditawarkan kepada penumpang juga tinggi, demikian juga sebaliknya. Ada beberapa faktor lain yang dapat mempengaruhi tinggi-rendahnya tarif tiket pesawat, diantaranya:<sup>25</sup>

- a. Jarak, tarif pesawat dihitung dari besaran '*average fare per mile*' yang berbanding lurus terhadap jarak. Jadi semakin jauh jarak tujuan *airline*, maka semakin mahal harga tiket yang ditetapkan oleh maskapai penerbangan.
- b. *Demand/Permintaan*, berdasarkan hukum permintaan yang menyebutkan bahwa semakin tinggi permintaan (*demand*) terhadap suatu barang/ jasa, maka semakin tinggi harga yang ditawarkan. Hal ini berlaku juga dalam maskapai penerbangan dimana pada saat *peak season* (misalnya musim liburan) harga tiket bisa melambung tinggi.

---

<sup>25</sup>Nur Hilmi, "*Pengaruh Fluktuasi Harga Tiket Pesawat Terhadap Pendapatan Agen Travel Di Kota Banda Aceh Ditinjau Menurut Konsep Ji'alah*", Universitas Islam Negeri AR-Raniry Darusallam Banda Aceh: Skripsi Sarjana, Fakultas Syariah dan Hukum, 2016, h. 5

c. *Load Factor*, adalah jumlah persediaan *seat* dalam suatu penerbangan, faktor ini sangat mempengaruhi tarif tiket pesawat. semakin sedikit jumlah *seat* yang tersedia dalam suatu penerbangan, semakin besar biaya yang dibebankan kepada penumpang. Demikian juga sebaliknya, apabila semakin banyak jumlah *seat* yang tersedia dalam suatu penerbangan, maka semakin sedikit biaya yang dibebankan kepada penumpang.

## B. Konsep Jual Beli

### 1. Pengertian Jual Beli

Jual beli (*al-bai'*) menurut bahasa artinya menjual, mengganti dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Kata *al-bai'* merupakan sebuah kata yang mencakup pengertian dari kebalikannya yakni *al-syira'* (membeli). Dengan demikian kata *al-bai'* disamping bermakna kata jual sekaligus kata beli.<sup>26</sup>

Perdagangan atau jual beli menurut bahasa berarti *al-bai'*, *al-tijarah* dan *al-mubadalah*, sebagaimana Allah SWT, berfirman

إِنَّ الَّذِينَ يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَنْفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا

وَعَلَانِيَةً يَرْجُونَ تِجَارَةً لَّن تَبُورَ ﴿٢٦﴾

Artinya: *Sesungguhnya orang-orang yang selalu membaca kitab Allah dan mendirikan shalat dan menafkahkan sebahagian dari rezki yang Kami anugerahkan kepada mereka dengan diam-diam*

<sup>26</sup>Ruf'ah Abdulah, *Fikih Muamalah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), h. 65



*dan terang-terangan, mereka itu mengharapkan perniagaan yang tidak akan merugi. (Q.S. Fathir : 29).<sup>27</sup>*

Adapun pengertian jual beli menurut istilah (terminologi) yaitu tukar menukar barang atau barang dengan uang yang dilakukan dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan.<sup>28</sup> Imam Taqiyuddin mendefinisikan jual beli adalah tukar menukar harta, saling menerima, dapat dikelola (*tasharruf*) dengan ijab dan qabul, dengan cara yang sesuai dengan syara'.

Pengertian di atas dapat dipahami bahwa pengertian jual beli adalah kesepakatan tukar menukar barang atau barang dengan uang, disertai pertukaran hak kepemilikan dari yang satu ke yang lain secara suka rela sesuai dengan ketentuan syara'.

## 2. Landasan Hukum Jual Beli

Landasan hukum diperbolehkannya jual beli yaitu berdasarkan Alquran, sunnah dan ijma'.

### a. Alquran

Dasar hukum jual beli dalam Alquran diantaranya terdapat dalam ayat:

#### 1) Surat al-Baqarah ayat 275

... وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

<sup>27</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*, (Semarang: PT Karya Toha Putra, 2002), h. 301.

<sup>28</sup>Ruf'ah Abdulah, *Fikih Muamalah...*, h. 65

Artinya: *Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.*(QS. Al-baqarah : 275).<sup>29</sup>

2) Surat al-Baqarah ayat 198

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ

Artinya: *tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezki hasil perniagaan) dari Tuhanmu... (QS. Al-baqarah : 198).*<sup>30</sup>

3) Surat an-Nisaa' ayat 29

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ

إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ

إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (QS. An-Nisaa' : 29).*<sup>31</sup>

b. As-sunnah

Hadis yang menjadi dasar jual beli yaitu hadist yang diriwayatkan oleh HR. Bazzar dan Hakim:

<sup>29</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya...*, h. 34.

<sup>30</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya...*, h. 50.

<sup>31</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya...*, h. 101.

“*Rifa’ah bin Rafi’*, sesungguhnya Nabi SAW. ditanya tentang mata pencaharian yang paling baik. Nabi SAW menjawab: seseorang bekerja dengan tangannya dan setiap jual beli yang mabrur”. (HR. Bazzar dan Hakim).

c. *Ijma’*

Ulama sepakat bila jual beli itu hukumnya boleh dan terdapat hikmah didalamnya. Pasalnya, manusia bergantung pada barang yang ada di orang lain dan tentu orang tersebut tidak akan memberinya tanpa ada imbal balik. Oleh karena itu, dengan diperbolehkannya jual beli maka dapat membantu terpenuhinya kebutuhan setiap orang dan membayar atas kebutuhannya itu.<sup>32</sup>

Berdasarkan landasan hukum di atas, jual beli diperbolehkan dalam Agama Islam karena dapat mempermudah manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya asalkan jual beli tersebut dilakukan atas dasar suka sama suka dan tidak ada pihak yang merasa dirugikan.

3. Rukun Jual Beli

Adapun rukun jual beli ada 3, yaitu *Aqid* (penjual dan pembeli), *Ma’qud Alaih* (obyek akad), dan *Shigat* (*lafaz ijab qabul*).<sup>33</sup>

- a) *Aqid* (penjual dan pembeli) yang dalam hal ini dua atau beberapa orang melakukan akad, adapun syarat-syarat bagi orang yang melakukan akad ialah:

<sup>32</sup>Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam*. (Depok: Gema Insani, 2007), h. 71

<sup>33</sup>Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h. 27

- 1) Balig dan berakal.
  - 2) Kehendaknya sendiri (tanpa paksaan)
  - 3) Keduanya tidak mubazir Keadaan tidak mubazir.
- b) *Ma'qud Alaih* (objek akad) Syarat-syarat benda yang dapat dijadikan objek akad yaitu: suci, memberi manfaat menurut syara', tidak digantungkan pada sesuatu, tidak dibatasi waktu, dapat diserahterimakan, milik sendiri, dan diketahui.
- c) *Shigat* (lafaz ijab qabul) Jual beli dianggap sah, jika terjadi sebuah kesepakatan (*sighat*) baik secara lisan (*sighat qauliyah*) maupun dengan cara perbuatan (*sighat fi'liyah*). *Sighat qauliyah* yaitu perkataan yang terucap dari pihak penjual dan pembeli. Sedangkan *sighat fi'liyah* yaitu sebuah proses serah terima barang yang diperjualbelikan yang terdiri dari proses pengambilan dan penyerahan.<sup>34</sup>

## C. Tiket pesawat

### 1. Pengertian Tiket Pesawat

Tiket menurut UU RI No.1 tahun 2009 “Tiket adalah dokumen berbentuk cetak, melalui proses elektronik atau bentuk lainnya, yang merupakan salah satu alat bukti adanya perjanjian angkutan udara antara penumpang dan pengangkut, dan hak penumpang untuk menggunakan pesawat udara atau diangkut dengan pesawat udara.”<sup>35</sup>

<sup>34</sup>Saleh Al-Fauzan, *Fiqh Sehari-Hari*, (Jakarta: Gema Insani Pers, 2015, h.364

<sup>35</sup>Undang-undang Republik Indonesia. Nomor. 1 Tahun 2009

Jadi tiket adalah dokumen perjalanan yang dikeluarkan oleh maskapai penerbangan yang berbentuk cetak baik melalui proses elektronik ataupun lainnya yang memiliki masa periode tertentu dan merupakan kontrak tertulis suatu pihak yang berisikan ketentuan yang harus dipatuhi oleh penumpang selama memakai jasa perjalanan. Berdasarkan pengertian diatas terdapat 5 komponen, yaitu:<sup>36</sup>

- a. Penumpang (*client*), yaitu orang yang membayar sejumlah uang untuk memperoleh pelayanan.
- b. Pengangkut (*airline*), yaitu suatu perusahaan penerbangan yang akan memberikan pelayanan kepada penumpang.
- c. Kesepakatan (*contract*), yaitu kesepakatan kedua pihak untuk saling menerima dan memberi hak dan kewajibannya.
- d. Pembayaran (*payment*), yaitu sejumlah uang yang dikeluarkan oleh penumpang.
- e. Pelayanan (*service*), yaitu layanan yang diberikan oleh perusahaan penerbangan kepada penumpang yang melakukan perjalanan.

## 2. Macam-Macam Tiket Penerbangan

Tiket penerbangan yang dikeluarkan oleh perusahaan penerbangan digolongkan sebagai berikut:<sup>37</sup>

---

<sup>36</sup>Rahmat Darsono, *Tarif dan Dokumen Pasasi*, (Bandung : Alfabeta, 2004), h. 77

<sup>37</sup>Rahmat Darsono, *Tarif dan Dokumen ...*, h. 82.

a. Menurut wilayah operasi

- 1) *Domestic flight ticket*, adalah tiket penerbangan yang dikeluarkan oleh perusahaan penerbangan (*airline*) yang hanya berlaku untuk penerbangan dalam negeri.
- 2) *International flight ticket*, adalah tiket penerbangan yang dikeluarkan oleh perusahaan penerbangan (*airline*) yang berlaku untuk penerbangan ke luar negeri.

b. Menurut kelas

- 1) *Business class*, dimana pelayanan yang akan diterima kualitas dan kuantitasnya lebih baik dari standar yang berlaku.
- 2) *Economy class*, tiket yang dibeli oleh penumpang dengan kondisi pelayanan dan harga sesuai dengan standar yang diberikan dan berlaku di *airline* yang bersangkutan.

c. Menurut sifat penggunaannya

- 1) *Conjunction ticket*, tiket penerbangan yang terdiri dari dua atau lebih yang saling berhubungan dan diberikan kepada calon penumpang, yang rute perjalanannya tidak cukup hanya mempergunakan satu tiket penerbangan saja.
- 2) *Non conjunction ticket*, tiket penerbangan yang terdiri dari satu tiket penerbangan, yang digunakan untuk perjalanan tunggal/ perjalanan yang rutenya cukup hanya mempergunakan satu tiket penerbangan.

d. Menurut cara penerbitan tiket

- 1) Tiket manual, adalah tiket yang diterbitkan secara manual yaitu dengan cara ditulis tangan.
- 2) Tiket *automated ticket*, adalah tiket yang diterbitkan dengan menggunakan alat bantu komputer yang disebut TAT.
- 3) *Electronic ticket*

e. Menurut harga tiket atau masa berlaku

- 1) Tiket harga normal, yakni tiket yang memiliki masa berlaku 3 bulan untuk penerbangan domestik dan 1 tahun untuk penerbangan internasional, (kelas ekonomi, bisnis, eksekutif)
- 2) Tiket harga khusus, yakni tiket yang memiliki masa berlaku singkat sesuai dengan harga dan program yang telah ditetapkan oleh masing-masing *airline*, (*child*, pelajar, dan guru).

### 3. Penetapan Harga Tiket Pesawat Udara Menurut Undang-Undang

Dalam menetapkan harga banyak tahap-tahap yang dilakukan dalam perusahaan, sama halnya dengan penetapan harga perusahaan-perusahaan lainnya tidak hanya perusahaan penerbangan saja, dapat dilihat dalam penetapan harga di pasar monopoli, di sini ada beberapa penetapan yang ditetapkan, salah satunya yakni menurut teori monopoli yang mungkin paling sederhana keseluruhan industri sepenuhnya dipasok oleh satu perusahaan, yang menetapkan satu harga untuk produknya.<sup>38</sup>

---

<sup>38</sup>Richard G.Lipsey, dkk, *Pengantar Mikroekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2017), h.36.

Sebagaimana Undang-Undang Nomor 1 tahun 2009 mengenai angkutan udara yang menjelaskan bagian ke empat mengenai tarif pada pasal 26 dan 27 sebagaimana dijelaskan sebagai berikut: Pasal 26 ayat (1) Tarif angkutan udara niaga berjadwal dalam negeri terdiri atas tarif angkutan penumpang dan tarif angkutan kargo. Kemudian ayat (2) Tarif angkutan penumpang sebagaimana dimaksud pada ayat (1) terdiri atas golongan tarif pelayanan kelas ekonomi dan non-ekonomi. Dan ayat (3) Tarif penumpang pelayanan kelas ekonomi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dihitung berdasarkan komponen:

- a. Tarif jarak;
- b. Pajak;
- c. Iuran wajib asuransi; dan
- d. Biaya tucilah/tambahan (*surcharge*).

Selanjutnya pada pasal 27 menjelaskan sanksi tarif yang dijelaskan di atas yakni pada pasal 27 ayat (5) mengatakan bahwasanya Badan usaha angkutan udara yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (4) mengenai tarif batas atas dikenakan sanksi administratif berupa sanksi peringatan dan/atau pencabutan izin rute penerbangan. Tugas ini diwenangkan kepada bagian menteri perhubungan.<sup>39</sup>

Permasalahan-permasalahan mengenai harga tiket penumpang pesawat udara memiliki inti yang bermaksud para penumpang memang harus teliti terhadap harga tiket, calo dan lain-lain, agar masing-masing

---

<sup>39</sup> Undang-Undang No.1 Tahun 2009 mengenai penerbangan, sebagaimana bagian keempat menjelaskan mengenai tarif.



memperhatikan keamanan harga ketika hendak menaiki pesawat udara dan kita harus mengerti undang-undang yang mengatur mengenai pesawat udara, ketika kewaspadaan penumpang pesawat udara terhadap aturan maka penyimpangan yang dilakukan pesawat jarang terjadi.<sup>40</sup>

Berikut Peraturan-peraturan yang mengatur mengenai mekanisme penetapan harga tiket pesawat udara khususnya penetapan udara di indonesia untuk penerbangan domestik (nasional). Sebagai berikut:

a. Dalam Keputusan Kementrian Perhubungan No. KM 36/2005 tentang Tarif Referensi Untuk Penumpang Angkutan Udara, diatur bahwa biaya operasi rata-rata angkutan udara per-penumpang per-KM Rp.376,00,- atau Rp. 338.386,00,- per-jam per-penumpang. Angka itu memang sekisar referensi bagi pemerintah untuk mengetahui seberapa jauh maskapai penerbangan tersebut menetapkan tarif rendah akan tetapi tanpa mengurangi biaya keselamatan.<sup>41</sup>

b. Keputusan yang telah ditetapkan bahwa dalam keputusan Menteri Perhubungan Nomor PM : 2 tahun 2014 tentang berdasarkan biaya tambahan tarif penumpang pelayanan kelas ekonomi angkutan udara niaga berjadwal dalam Negeri menetapkan bahwa dalam beberapa pasal dibawah ini :

(1) Biaya tambahan tarif penumpang pelayanan kelas ekonomi angkutan udara niaga berjadwal kelas ekonomi adalah biaya

---

<sup>40</sup>Chappy Hakim, *Berdaulat Di Udara Membangun Citra Penerbangan Nasional*, cet-1 (Jakarta: Buku Kompas, 2010), h. 255.

<sup>41</sup>Keputusan Kementrian Perhubungan No. KM 36/2005 tentang Tarif Referensi Untuk Penumpang Angkutan Udara.

yang dikeluarkan oleh badan usaha angkutan udara di luar perhitungan penetapan tarif jarak dan dibebankan kepada penumpang.

- (2) Biaya tambahan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dibedakan berdasarkan atas biaya tambahan untuk angkutan udara yang menyangkut pesawat udara jenis jet dan propeller.
- (3) Besarnya biaya tambahan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan sama untuk semua kelompok pelayanan yang diberikan oleh badan usaha angkutan udara.
- (4) Pemberlakuan biaya tambahan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) bersifat sementara.<sup>42</sup>

c. Selanjutnya Peraturan Menteri Perhubungan Nomor KM 26 tahun 2010 tentang Mekanisme Formulasi Perhitungan dan Penetapan Tarif Batas Atas Penumpang Pelayanan Kelas Ekonomi Angkutan Udara Niaga Berjadwal Dalam Negeri. Dijelaskan dalam pasal 1 ayat (6) : Tarif batas atas adalah harga jasa tertinggi/maksimum yang diijinkan diberlakukan oleh badan usaha angkutan udara niaga ber-Jadwal, yang dihitung berdasarkan komponen tarif jarak, pajak pertambahan nilai, iuran wajib asuransi dan biaya tuslah/ tambahan (*surcharge*).<sup>43</sup>

---

<sup>42</sup>Keputusan yang telah ditetapkan bahwa dalam keputusan Menteri Perhubungan Nomor PM : 2 tahun 2014 tentang berdasarkan biaya tambahan tarif penumpang pelayanan kelas ekonomi angkutan udara niaga berjadwal dalam Negeri.

<sup>43</sup>Peraturan Menteri Perhubungan Nomor KM 26 tahun 2010 tentang Mekanisme Formulasi Perhitungan dan Penetapan Tarif Batas Atas Penumpang Pelayanan Kelas Ekonomi Angkutan Udara Niaga Berjadwal Dalam Negeri

#### D. Pemasaran Syariah

Pemasaran syariah adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *value* dari suatu *inisiator* kepada *stakeholdersnya*, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam. Dan merupakan salah satu bentuk muamalah yang dibenarkan dalam Islam, sepanjang dalam segala proses transaksinya terpelihara dari hal-hal yang terlarang oleh ketentuan syariah. Pemasaran dalam perspektif syariah adalah segala aktivitas bisnis dalam bentuk kegiatan penciptaan nilai yang memungkinkan pelakunya bertumbuh serta mendayagunakan kemanfaatannya yang dilandasi dengan kejujuran, keadilan, keterbukaan dan keikhlasan sesuai proses yang berprinsip pada akad bermuamalah Islami.<sup>44</sup>

Definisi di atas didasarkan pada salah satu ketentuan dalam bisnis Islami yang tertuang dalam sebuah hadis riwayat Tirmidzi sekaligus menjadi kaidah fikih, yaitu:<sup>45</sup>

**الأَصْلُ فِي الْمَعَامَلَةِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا**

“Kaum muslim terikat dengan kesepakatan-kesepakatan bisnis yang mereka buat, kecuali kesepakatan yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram.” ( HR. Tirmidzi, dalam *At-Tirmidzi IV*, 1965: 584)

<sup>44</sup>Abdullah dalam Nurul Huda, dkk, *Pemasaran Syari'ah*, (Depok:Kencana 2017), h. 47

<sup>45</sup>Tirmidzi, *At-Tirmidzi IV*, ( Jakarta: Pustaka Azzam, 1965), h. 584

Demi tercapainya tujuan pemasaran diperlukan beberapa variabel pemasaran yang dapat dikendalikan dan digunakan oleh seorang pelaku bisnis atau badan usaha. Variabel pemasaran yang dimaksud disebut bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran syariah tidak jauh berbeda dengan bauran pemasaran pada umumnya, terdiri dari empat komponen yaitu produk, harga, distribusi, dan promosi. Perbedaannya hanya terletak pada implementasinya, karena setiap variabel dalam bauran pemasaran syariah pelaksanaannya didasarkan atas perspektif Islam. Adapun komponen pemasaran syariah antara lain sebagai berikut :<sup>46</sup>

### **1. Produk**

Suatu produk atau jasa merupakan variabel bauran pemasaran yang pertama yang seharusnya menjadi fokus utama para pebisnis. Seorang pebisnis muslim harus mampu membaca kondisi pasar dan menciptakan produk yang dibutuhkan pasar tersebut. Hal itulah yang menjadi salah satu pembeda antara strategi pemasaran syariah dengan pemasaran konvensional. Selain itu, halalnya suatu produk atau jasa yang ditawarkanpun menjadi keunggulan tersendiri dalam bauran pemasaran syariah.<sup>47</sup>

### **2. Harga**

Harga dalam Bahasa Inggris dikenal dengan *price*, sedangkan dalam bahasa Arab berasal dari kata *tsaman* atau *si'ru*. Harga adalah suatu nilai tukar yang dapat disamakan dengan uang atau barang lain

---

<sup>46</sup> Nurul Huda, dkk, *Pemasaran Syari'ah*, (Depok:Kencana 2017), h. 123

<sup>47</sup> Nurul Huda, dkk, *Pemasaran Syari'ah...*, h. 123

untuk manfaat yang diperoleh dari suatu produk atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Sederhananya, harga merupakan cerminan nilai jual atas produk atau jasa yang telah melalui proses produksi. Penetapan harga sepenuhnya ditentukan oleh penjual. Hal itu menjadikan komponen bauran pemasaran syariah ini menjadi sumber penghasilan dan keuntungan bagi penjual.

Islam sangat menjunjung tinggi keadilan (*al-'adl*), termasuk juga dalam penentuan harga. Adanya suatu harga yang adil telah menjadi pegangan yang mendasar dalam transaksi yang Islami. Pada prinsipnya transaksi bisnis harus dilakukan pada harga yang adil sebab ia adalah cerminan dari komitmen syariat Islam terhadap keadilan yang menyeluruh. Secara umum, harga yang adil ini adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan (kezaliman) sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkannya.<sup>48</sup>

Konsep harga yang adil yang didasarkan atas konsep *equivalen price* jelas lebih menunjukkan pandangan yang maju dalam teori harga dengan konsep *just price* hanya melihat harga dari sisi produsen sebab mendasari pada biaya produksi saja. Konsep ini jelas memberikan rasa

---

<sup>48</sup>Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), h. 332

keadilan dalam perspektif yang lebih luas, sebab konsumen juga memiliki penilaian tersendiri atas dasar harga suatu barang. Itulah sebabnya syariat Islam sangat menghargai harga yang terbentuk atas dasar kekuatan permintaan dan penawaran di pasar. Penentuan harga haruslah adil, sebab keadilan merupakan salah satu prinsip dasar dalam semua transaksi yang Islami. Bahkan, keadilan sering kali dipandang sebagai intisari dari ajaran Islam dan dinilai Allah sebagai perbuatan yang lebih dekat dengan ketakwaan.<sup>49</sup>

Pemasaran syariah mengatur penetapan harga yang sesuai dengan perspektif Islam yaitu:

- a) Seorang penjual dilarang menjual pada harga yang lebih tinggi daripada biaya input dan margin keuntungan. Tindakan mendapatkan keuntungan yang tidak wajar melalui penetapan harga yang tinggi tanpa adanya perubahan kualitas yang lebih baik atau penambahan kuantitas, sama saja dengan *maisir* atau perjudian. *Maisir* dalam bahasa Arab secara harfiah adalah memperoleh sesuatu dengan sangat mudah tanpa kerja keras atau mendapat keuntungan tanpa bekerja. *Maisir* sangat dilarang dalam Islam.
- b) Penjual dilarang melakukan praktik diskriminasi harga yaitu penjual tidak diperbolehkan menetapkan harga yang berbeda kepada dua orang pembeli atau lebih atas barang yang sama.

---

<sup>49</sup>Yusuf Qardawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam, Cetakan Keempat*, (Jakarta: Robbani Press, 2014), h. 316

- c) Penjual dilarang melakukan manipulasi harga. Misalkan, berpura-pura menjadi pembeli atas barang yang dijualnya dengan cara memuji-muji barang miliknya sehingga pembeli membeli barang dengan harga yang tinggi. Penimbunan produk dan pembatasan produksi yang berakibat kenaikan harga. Islam tidak melarang pembatasan produksi dan kontrol harga ketika menyangkut tujuan memenuhi kebutuhan pasar.
- d) Perbedaan tingkat harga di antara sesama penjual yang dapat mempengaruhi kondisi pasar secara menyeluruh.<sup>50</sup>

### 3. Distribusi

Tempat atau distriibusi diakui sebagai salah satu kunci sukses dalam strategi pemasaran yang efektif. Tempat yang strategi dan mudah dijangkau oleh pelanggan dalam jual beli merupakan representasi dari prinsip dasar islam bahwa manusia sebagai wakil Allah SWT dimuka bumi harus mengelola sumber daya yang ada dengan cara yang adil. Pemerataan atau keadilan distribusi produk dalam praktiknya adalah menjaga kelancaran saluran distribusi yang ada untuk memastikan bahwa produk tersebut sampai kepada pelanggan terakhir dan dapat memenuhi kebutuhan mereka. Hal tersebut berlaku pula atas *reseller* (penjual yang menjual barang milik agen lain dengan *margin*

---

<sup>50</sup> Nurul Huda, dkk, *Pemasaran Syari'ah...*, h. 129-130

keuntungan tertentu). Tempat dimana produsen menjual barangnya harus mudah dijangkau oleh pelanggan.<sup>51</sup>

#### 4. Promosi

Promosi yaitu merupakan kegiatan mengkomunikasikan suatu produk kepada masyarakat agar produk itu dikenal dan ujung-ujungnya dibeli atau dikonsumsi oleh masyarakat itu sendiri. Untuk mengkomunikasikan produk perlu disusun strategi yang sering disebut dengan strategi bauran promosi (*promotion mix*) yang terdiri atas empat komponen utama, yaitu periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan penjualan perorangan.<sup>52</sup>

Dalam era bisnis yang kompetitif saat ini sangat tidak mudah menjual sesuatu tanpa adanya promosi. Pelanggan tidak hanya ingin membeli produk atau jasa, tetapi juga ingin mendapatkan manfaat yang menarik dan unik dari produk atau jasa yang ditawarkan. Tidak dapat dipungkiri bahwa promosi penjualan meningkatkan penerimaan (keuntungan) dan membuka peluang bisnis untuk *ekspansi* ke pasar potensial. Namun, untuk mendapatkan semua itu banyak para pelaku bisnis menyimpang dari moral, etika dan aturan-aturan yang ada bahkan pelaku bisnis muslim sekalipun. Pada dasarnya promosi dalam pemasaran syariah harus beretika dan terbuka.<sup>53</sup>

---

<sup>51</sup>Nurul Huda, dkk, *Pemasaran Syari'ah...*, h. 131

<sup>52</sup>Husein Umar. *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005), h. 73

<sup>53</sup>Nurul Huda, dkk, *Pemasaran Syari'ah...*, h. 132



### **BAB III**

#### **GAMBARAN UMUM PT. AIRLANGKAP WISATA**

##### **A. Sejarah PT. Airlangkap Wisata**

PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu didirikan pada bulan Januari tahun 2010 berdasarkan Akta Notaris No 28 Tanggal 15 Januari 2010 oleh Kantor Notaris dan Pejabat Pembuat Akta Tanah di Bengkulu atas nama Rizfitriani Alamsyah, SH. Pendirian PT. Airlangkap Wisata bertujuan untuk mengakomodasikan kebutuhan akan operator wisata yang dapat mengelola kegiatan – kegiatan wisata di Daerah Kotamadya Bengkulu dan sekitarnya.<sup>54</sup>

##### **B. Lokasi PT. Airlangkap Wisata**

PT. Airlangkap Wisata berkedudukan dan berlokasi usaha di Bengkulu tepatnya di jalan Depati Payung Negara no 67 Pagar Dewa Km. 10 – 11, Bengkulu Sebagai biro perjalanan wisata, kegiatan usaha dan operasional tidak hanya dilakukan di wilayah Bengkulu saja tetapi juga sampai ke seluruh daerah yang menjadi tujuan kegiatan wisata.

##### **C. Visi dan Misi PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu**

Adapun visi dan misi PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu, adalah sebagai berikut:

1. Visi PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu :<sup>55</sup>

---

<sup>54</sup> Profil dan Sejarah PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu, Tahun 2010-2018

<sup>55</sup> Visi dan misi PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu, Tahun 2010-2018

Menjadi Biro Perjalanan Wisata Nasional terkemuka dengan nilai tambah khusus pada pelayanan yang prima dan produk yang sarat kearifan lokal.

2. Misi dari PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu, yaitu :

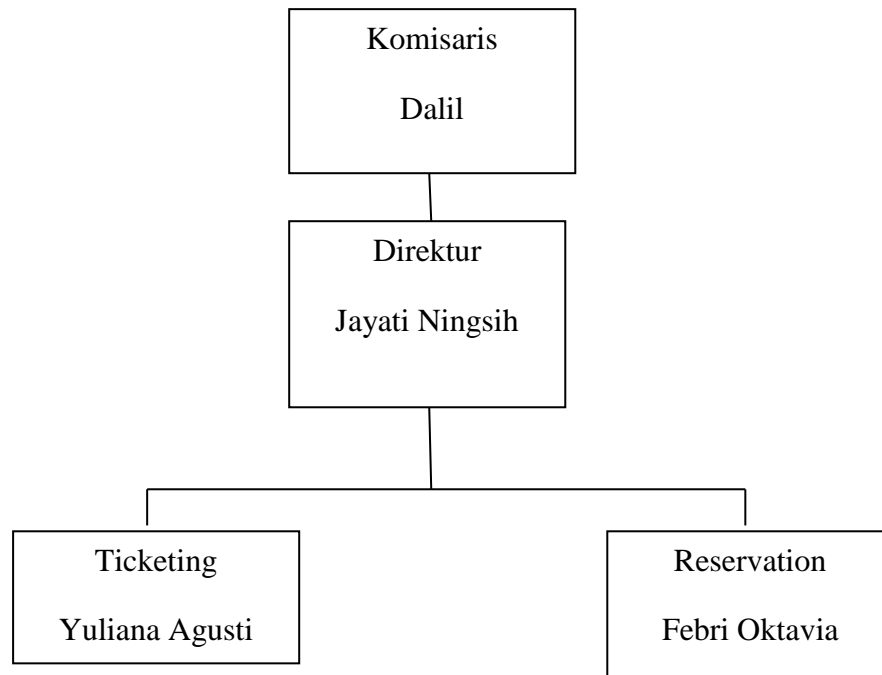
- a. Memberikan keuntungan dan nilai tambah baik kepada *share holders* maupun *stake holders* .
- b. Menyediakan layanan lengkap terhadap kebutuhan perjalanan wisata dengan kualitas pelayanan yang prima.
- c. Mengembangkan produk yang berbasis pada nilai kearifan lokal serta meningkatkan ilmu pengetahuan baik bagi perusahaan maupun pelanggan.
- d. Menyediakan, melakukan inovasi, serta mengembangkan produk maupun layanan dengan implementasi teknologi informasi yang berorientasi kepada pelanggan.

Hanya karyawan yang mempunyai kemampuan kerja yang tinggi sajalah yang mampu memberikan kontribusi positif terhadap pencapaian visi dan misi tersebut.<sup>56</sup>

---

<sup>56</sup> Rencana Kerja PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu, Tahun 2010-2019

#### D. Strktur Manajemen PT. Airlangkap Wisata



#### E. Paket dan Fasilitas yang disediakan PT. Airlangkap Wisata

##### 1. Airlangkap *Tour*

PT. Airlangkap Tour menyediakan paket-paket perjalanan untuk tujuan dalam dan luar negeri dengan harga dan pelayanan yang kompetitif. Perusahaan ini menyediakan beberapa tipe paket perjalanan untuk kebutuhan pelajar, mahasiswa, instansi, perusahaan maupun group kecil seperti perorangan atau keluarga. Selain paket-paket tersebut di atas Airlangkap Wisata juga bisa menyediakan paket-paket perjalanan sesuai kebutuhan atau permintaan anda ( sesuai *budget* ).<sup>57</sup>

<sup>57</sup> Profil PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu, Tahun 2010-2019

## 2. *Ticketing*

Airlangkap Wisata akan membantu perjalanan bagi yang akan bepergian dengan menggunakan pesawat terbang melalui sistem online yang tersedia di PT. Airlangkap Wisata melayani semua rute maskapai penerbangan Domestik & International seperti :

- a. Garuda Indonesia
- b. Lion Air Group
- c. Citilink Indonesia
- d. Air Asia
- e. Sriwijaya Air Group

## 3. *Voucher Hotel*

Airlangkap Wisata juga menyediakan voucher hotel untuk memudahkan bagi yang akan melakukan perjalanan menginap baik domestik maupun international secara online.

## 4. *Car Rent*

Airlangkap Wisata juga menyediakan beberapa armada mobil yang biasa disewakan kepada konsumen baik harian, bulanan maupun program antar jemput (drop) ke suatu tempat. Adapun armadanya terdiri dari Minibus (Innova, Avanza, Xenia), Bus Pariwisata.

## 5. *Outbund Training dan Outdoor Activities*

Tidak hanya paket wisata dan *arrangement* perjalanan saja yang ditangani Airlangkap Wisata, tetapi juga kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan pelatihan dan *educated games*. Dengan tenaga-tenaga

fasilitator yang profesional siap membantu pelaksanaan program *outbound* dan pelatihan di beberapa lokasi *outdoor* pilihan di wilayah Bengkulu, Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Bali dan sekitarnya. Selain di Bengkulu dan sekitarnya, Airlangkap Wisata juga bisa menyelenggarakannya di kota-kota lain yang bisa dikombinasikan dengan paket wisata.<sup>58</sup>

PT. Airlangkap Wisata juga memfasilitasi kunjungan (*field study*) ke berbagai sekolah, tempat maupun instansi – instansi lainnya, seperti : stasiun televisi nasional seperti Trans TV, Indosiar, Trans 7 dan lainnya, serta ke berbagai Kampus dan sekolahan ternama nasional.

---

<sup>58</sup>Brosur Paket-paket dan Fasilitas yang Disediakan PT. Airlangkap Wisata Tahun 2010-2019.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab IV ini akan diberikan pemaparan mengenai hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti saat melakukan penelitian di PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu. Penjelasan yang diberikan merupakan penjabaran dari rumusan masalah yang ada.

#### **A. Hasil Penelitian**

Hasil penelitian ini peneliti dapatkan dengan cara melakukan penelitian secara mendalam baik melalui serangkaian wawancara, observasi, maupun studi dokumentasi dan peneliti melakukan penelitian sesuai dengan kerangka penelitian.

##### **1. Proses Jual Beli Tiket Pesawat**

PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu merupakan salah satu agen yang menjual tiket pesawat dengan cara bekerjasama dengan pihak maskapai penerbangan. Dalam kerjasama ini pihak maskapai yang menentukan harga tiket pesawat dengan menggunakan sistem *dynamic pricing*. Jadi PT. Airlangkap Wisata hanya bertindak sebagai penjual atau agen dengan harga yang telah ditentukan oleh maskapai. Sistem kerjasama PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu yaitu dengan sistem tanam

deposit. Sebagaimana hasil wawancara dengan direktur PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu:<sup>59</sup>

“Sistem kerjasama PT. Airlangkap Wisata dengan maskapai Penerbangan ialah dengan sistem tanam deposit atau tanam saldo. Setiap maskapai itu berbeda-beda, seperti Lion Air tanam deposit harus 10 juta ke atas, untuk Batik Air dan Citilink sesuai kebutuhan, Sriwijaya Air dengan tanam deposit minimum 1 juta, sedangkan Garuda Air tanam deposit dengan kelipatan 5 mulai dari 5 juta, 10 juta, 15 juta dan seterusnya.”

Dari hasil wawancara di atas maka dapat disimpulkan bahwa, kerjasama yang dilakukan PT. Airlangkap Wisata dengan maskapai adalah dengan sistem tanam deposit atau tanam saldo, dimana PT. Airlangkap Wisata harus mengisi saldo terlebih dahulu. Deposit yang harus ditanam itu berbeda-beda, seperti Lion Air tanam deposit harus 10 juta ke atas, untuk Batik Air dan Citilink sesuai kebutuhan, Sriwijaya Air dengan tanam deposit minimal 1 juta, sedangkan Garuda Air tanam deposit dengan kelipatan 5 mulai dari 5 juta.

Setelah dilakukan penelitian mengenai proses jual beli tiket pesawat bahwasanya dalam memesan atau terjadinya transaksi jual beli harus melakukan atau melewati beberapa prosedur yang harus dilakukan para konsumen untuk mendapatkan tiket pesawat. Adapun rangkaian proses jual beli tiket pesawat yang ada di PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu sebagai berikut :

---

<sup>59</sup>Ibu Jayati Ningsih, Direktur PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu, Wawancara pada tanggal 21 Oktober 2019

a. Pelaksanaan Pemesanan Tiket Pesawat

Pemesanan tiket pesawat di PT. Airlengkap Wisata Kota Bengkulu dilakukan dalam dua tahap sebagai berikut :<sup>60</sup>

- 1) Pembeli yang datang segera dipersilahkan duduk lalu memilih waktu dan tujuan perjalanan yang diinginkan, rute penerbangan tersebut telah tersedia dikomputer *staff ticketing*. Harga tiket pesawat tersebut ditetapkan jika pembeli sudah menentukan jasa maskapai dan tujuan perjalanannya.
- 2) Setelah pembeli menentukan tujuan perjalanannya, pihak agen travel mengecek harga tiket di komputer sesuai keinginan pembeli, kemudian *staff ticketing* menentukan harga. Maka terjadilah akad jual beli antara penjual dan pembeli. Baru kemudian transaksi pembayaran dilakukan oleh pembeli dengan harga yang diberikan *staff ticketing* dan pembeli mendapatkan tiket pesawat (dokumen perjalanan).

Selain itu dalam pemesanan tiket pesawat ini pihak agen melakukan pemesanan secara online melalui akun perusahaan maka yang ingin memesan tiket pesawat bisa melihat semua rute penerbangan dan harganya, disini terdapat adanya unsur permintaan dan penawaran sehingga terjadilah fluktuasi harga dalam setiap waktu (menit/jam).

---

<sup>60</sup>Ibu Jayati Ningsih, Direktur PT. Airlengkap Wisata Kota Bengkulu, Wawancara pada tanggal 21 Oktober 2019



PT. Airlengkap Wisata Kota Bengkulu Menyediakan berbagai macam tiket penerbangan, sebagaimana hasil wawancara dengan direktur :<sup>61</sup>

“PT. Airlengkap Wisata Kota Bengkulu Menyediakan berbagai macam tiket penerbangan diantaranya : Lion Air, Citilink, Sriwijaya, Batik dan Garuda”

No	Macam-macam Tiket Penerbangan
1	Lion Air
2	Citilink
3	Sriwijaya
4	Batik Air
5	Garuda

Sumber: PT. Airlengkap Wisata Kota Bengkulu

Jadi, dari hasil wawancara dengan direktur PT. Airlengkap Wisata maka penulis dapat menyimpulkan bahwa tiket yang dijual adalah Lion Air, Citilink, Sriwijaya, Batik Air dan Garuda.

Untuk mengkomunikasikan produk perlu disusun strategi yang sering disebut dengan strategi bauran promosi. Sebagaimana hasil wawancara dengan direktur: <sup>62</sup>

“Penjualan tiket pesawat di PT. Airlengkap Wisata Kota Bengkulu dilakukan dengan cara mempromosikan melalui media

---

<sup>61</sup>Ibu Jayati Ningsih, Direktur PT. Airlengkap Wisata Kota Bengkulu, Wawancara pada tanggal 21 Oktober 2019

<sup>62</sup>Ibu Jayati Ningsih, Direktur PT. Airlengkap Wisata Kota Bengkulu, Wawancara pada tanggal 21 Oktober 2019

sosial dan menjalin kerjasama dengan pihak perusahaan salah satunya dengan Bank Bengkulu”.

Dari hasil wawancara dengan direktur PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu maka dapat disimpulkan bahwa strategi promosi yang dilakukan PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu dengan cara melalui media sosial dan menjalin kerjasama dengan Bank Bengkulu.

Selain promosi, distribusi juga diakui sebagai salah satu kunci sukses dalam strategi pemasaran. Dimana tempat sangat berpengaruh untuk menarik daya beli konsumen untuk memesan tiket. Sebagaimana hasil wawancara dengan direktur PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu:<sup>63</sup>

“PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu ini letaknya sangat strategis, berada di tengah keramaian, akses jalan yang bagus, dan tempatnya tetap sehingga memudahkan konsumen untuk memesan tiket”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan direktur PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu maka dapat disimpulkan bahwa salah satu kelebihan PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu memiliki tempat yang strategis, berada ditengah keramaian, akses jalan yang bagus dan memiliki tempat yang tetap, sehingga memudahkan konsumen untuk memesan tiket.

---

<sup>63</sup>Ibu Jayati Ningsih, Direktur PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu, Wawancara pada tanggal 21 Oktober 2019

b. Pelaksanaan Akad Jual Beli Tiket Pesawat Di PT. Airlengkap Wisata Kota Bengkulu

Setelah melakukan *reservasi* maka calon penumpang akan melakukan proses selanjutnya yaitu melakukan perjanjian atau dalam kata lain melakukan akad. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan di PT. Airlengkap Wisata Kota Bengkulu dengan cara wawancara, penulis telah mencatat poin penting dalam perjanjian jual beli tiket pesawat di PT. Airlengkap Wisata Kota Bengkulu.

Salah satu karyawan PT. Airlengkap Wisata Kota Bengkulu mengatakan bahwa :<sup>64</sup>

“Biasanya setelah menemukan tiket yang cocok dengan kehendak konsumen serta konsumen sudah menyetujui semua hal yang terkait mulai dari rute, tanggal keberangkatan, jenis maskapai, dan harga itu maka pada saat itu juga terjadilah akad jual beli. Hal ini bisa terjadi jika adanya tatap muka antara konsumen dan karyawan. Berbeda dengan sistem akad yang terjadi jika konsumen memesan tiket melalui telepon, biasanya akan terjadinya akad jual beli tiket setelah konsumen mentransfer sejumlah uang yang sudah disepakati, dan juga sistem akad yang seperti ini hanya berlaku untuk konsumen yang sudah menjadi langganan di PT. Airlengkap Wisata Kota Bengkulu”

Dari hasil wawancara di atas maka dapat disimpulkan bahwa, dalam pelaksanaan akad jual beli tiket pesawat ini dapat dilakukan atau terjadi jika calon penumpang sudah menyetujui atau sepakat dengan tiket yang dipesannya mulai dari rute, hari, jam dan harga tiket tersebut. Jika sudah ada kata setuju atau sepakat dengan

---

<sup>64</sup>Yuliana Agusti, Karyawan PT. Airlengkap Wisata Kota Bengkulu, Wawancara pada tanggal 24 Oktober 2019

ketentuan yang sudah disampaikan maka terjadilah transaksi jual beli tiket pesawat.

c. Pelaksanaan Pembayaran Tiket Pesawat Di PT. Airlengkap Wisata Kota Bengkulu.

Hal yang utama dalam transaksi jual beli adalah proses pembayaran karena transaksi jual beli dapat dikatakan jika salah satu pihak telah memberikan uangnya untuk mendapatkan suatu barang yang diinginkan. Begitu juga dengan transaksi jual beli tiket pesawat di PT. Airlengkap Wisata Kota Bengkulu. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan bahwasanya proses pembayaran biasanya terjadi ketika konsumen telah menemukan tiket pesawat yang diinginkan atau sesuai dengan kebutuhannya. Sebagaimana hasil wawancara dengan karyawan:<sup>65</sup>

“Proses pembayaran di PT. Airlengkap Wisata Kota Bengkulu ini langsung ketika penumpang menyetujui semua yang telah disampaikan oleh karyawan, maka pada saat itu juga proses pembayaran dilaksanakan, hal ini terjadi jika konsumen datang langsung ke PT. Airlengkap. Namun, untuk konsumen yang memesan melalui telepon maka pihak Airlengkap Wisata akan meminta konsumen untuk mentransfer sejumlah uang yang sudah disepakati.”

Dari keterangan di atas dapat disimpulkan bahwasanya dalam pembayaran ini terbagi dalam dua bentuk yaitu:

1. Tunai, yaitu dimana calon penumpang langsung membayarkan sejumlah uang yang telah disepakati antara kedua belah pihak.

---

<sup>65</sup>Febri Oktavia, Karyawan PT. Airlengkap Wisata Kota Bengkulu, Wawancara pada tanggal 24 Oktober 2019

2. Transfer, yaitu dimana calon penumpang mengirimkan uang kepada pihak PT. Airlangkap Wisata melalui ATM ( Anjungan Tunai Mandiri), hal ini berlaku untuk konsumen yang melakukan pemesanan melalui telepon.

Sistem pengambilan keuntungan di PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu ialah dari komisi yang diberikan oleh maskapai. Sebagaimana hasil wawancara dengan direktur PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu:

“PT. Airlangkap hanya bertindak sebagai agen penjual, sedangkan harga sepenuhnya ditentukan oleh maskapai. Sistem pengambilan keuntungan di PT. Airlangkap Wisata didapat dari komisi yang diberikan oleh maskapai. Persentase komisi yang diberikan berbeda-beda setiap maskapainya. Untuk Garuda dan Citilink mendapat komisi sebesar 1 % dari harga yang diberikan maskapai, Batik Air mendapat komisi 2 % dari harga yang diberikan maskapai, Lion Air mendapat komisi sebesar 3 % dari harga yang diberikan maskapai, Sriwijaya Air mendapat komisi 5 % dari harga yang diberikan maskapai.”

Berdasarkan hasil wawancara di atas maka dapat disimpulkan bahwa PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu menjual tiket pesawat dengan harga yang telah ditentukan oleh pihak maskapai tanpa menambah harga untuk meraup keuntungan yang lebih besar. Dimana keuntungan yang didapat PT. Airlangkap wisata didapat dari persentase komisi yang diberikan oleh masing-masing maskapai.

## 2. Fluktuasi Harga Tiket Pesawat Di PT. Airlangkap Wisata

Fluktuasi diartikan sebagai situasi di mana harga, tingkat atau suku bunga naik dan turun. Fluktuasi bisa digambarkan dengan beberapa hak yang tidak tetap, tidak stabil, atau naik-turun. Fluktuasi harga tiket pesawat yang terjadi di PT. Airlangkap Wisata kota Bengkulu dalam praktiknya terjadi setiap waktu (menit/jam). Hal ini dikarenakan *Dynamic Pricing* yakni sebuah strategi dalam *Airlines Revenue Management* berupa pengaturan penetapan harga yang bertujuan untuk menarik pembeli agar menggunakan jasa penerbangan dari pihak maskapai tersebut kedepannya dan untuk meningkatkan pendapatan maskapai penerbangan.

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa penjualan tiket pesawat di PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu yang harganya berfluktuasi adalah suatu transaksi jual beli objek tiket pesawat yang harganya berubah-ubah dalam setiap waktu sehingga terjadi ketidakjelasan mengenai harga tiket pesawat tersebut, maka berakibat timbulnya rasa ketidakadilan dan kebingungan bagi pihak pembeli yang tidak mengetahui harga sebenarnya.

Sebagaimana hasil wawancara dengan direktur PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu :

“Fluktuasi harga tiket pesawat bagi saya adalah hal yang wajar, karena dalam hukum jual beli ketika permintaan konsumen meningkat maka harga akan naik dan sebaliknya semakin sedikit permintaan konsumen maka harga akan turun. Begitu

juga yang terjadi dalam jual beli tiket pesawat di PT. Airlengkap Wisata Kota Bengkulu”.<sup>66</sup>

Pernyataan yang berbeda juga peneliti dapat berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu konsumen : Bapak Jamalus mengatakan:

“Perubahan harga tiket pesawat yang selalu berubah setiap waktu, awalnya membuat saya merasa bingung. Pengalaman saya, saya pernah mau membeli tiket pesawat lalu saya bertanya harga tiketnya kepada karyawannya, pada saat itu uang yang saya bawa kurang. Jadi saya belum membeli, kemudian besoknya saya datang lagi, ternyata harganya malah lebih tinggi dari hari kemarin, lalu dijelaskanlah sama karyawannya kalau harga tiket itu selalu berubah. Sekarang karena sudah sering mesan tiket jadi sudah agak ngerti soal harga tiket pesawat yang tidak stabil”.<sup>67</sup>

Senada dengan bapak Rigo Pratama dan Dedi Aprizal menyatakan: “Bagi saya perubahan harga tiket itu memang membingungkan karena harganya banyaklah naik dari pada turunnya. Tapi karena ini kebutuhan dan kepentingan kerja ya mau gak mau harus dipesan”.<sup>68</sup>

Senada dengan jawaban dari ibu Mayada Zahra:<sup>69</sup>

“ Kalau mengenai harga tiket berubah-ubah itu selalu karena saya sudah langganan membeli di sini. Saya biasanya selalu membeli tiket Lion Air karena biasanya paling murah diantara tiket yang lain. Kalau lagi beruntung saya dapat harga enam ratusan, kadang delapan ratus masih standarlah, tapi kalau lagi dapat harga satu jutaan ke atas, saya merasa sedikit rugi ya, tapi mengingat keperluan yang kadang mendadak ya mau nggak mau tetap dipesan.”

---

<sup>66</sup>Ibu Jayati Ningsih, Direktur PT. Airlengkap Wisata Kota Bengkulu, Wawancara pada tanggal 21 Oktober 2019

<sup>67</sup>Bapak Jamalus, Konsumen PT. Airlengkap Wisata Kota Bengkulu, Wawancara pada tanggal 24 Oktober 2019

<sup>68</sup>Bapak Rigo Pratama dan Dedi Aprizal, Konsumen PT. Airlengkap Wisata Kota Bengkulu, Wawancara pada tanggal 6 November 2019

<sup>69</sup>Ibu Mayada Zahra, Konsumen PT. Airlengkap Wisata Kota Bengkulu, Wawancara pada tanggal 8 November 2019

Senada dengan ibu Arni Suarni menyatakan:<sup>70</sup>

“menurut saya perubahan harga tiket yang tidak menentu itu, memang agak mengecewakan bagi saya pribadi ya. Mungkin itu sudah ketentuan dari maskapainya. Kalau saya biar tidak terlalu mahal memesan tiketnya jangan dekat-dekat dengan hari keberangkatan akan lebih murah kalau pesannya jauh-jauh hari.”

Pernyataan tersebut dapat peneliti simpulkan bahwa fluktuasi harga tiket pesawat menurut direktur PT. Airlengkap Wisata kota Bengkulu adalah suatu hal yang wajar, dimana dalam hukum permintaan semakin tinggi permintaan konsumen maka harga tiket pesawat akan semakin naik. Berbeda dengan bapak Jamalus, Rigo Pratama dan Dedi Aprizal yang merasa bingung dengan harga tiket pesawat yang selalu berubah, akan tetapi karena sudah sering membeli membuatnya mengerti bahwa harga tiket pesawat tidak stabil, dan tetap akan memesan. Sedangkan bagi Ibu Mayada Zahra jika mendapat harga satu jutaan ke atas, ia merasa sedikit rugi namun ia akan tetap memesan mengingat keperluan. Bagi ibu Arni Suarni dia akan tetap memesan tapi alangkah baiknya memesan tiket pesawat dari jauh-jauh hari karena harganya lebih murah dibanding dekat dengan waktu keberangkatan.

Menghadapi persaingan harga untuk mendapatkan konsumen, pihak maskapai penerbangan memiliki strategi masing-masing dalam menentukan harga tiket pesawat, mulai dari harga paling murah sampai yang paling mahal dipengaruhi oleh berbagai faktor.

---

<sup>70</sup>Ibu Arni Suarni, Konsumen PT. Airlengkap Wisata Kota Bengkulu, Wawancara pada tanggal 8 November 2019



Sebagaimana hasil wawancara dengan direktur PT. Airlangkap

Wisata Kota Bengkulu :

“Perubahan harga tiket pesawat biasanya dominan dipengaruhi oleh faktor musim penumpang, hari dan jam penerbangan. Maksudnya, harga tiket biasanya melonjak tinggi pada musim liburan, baik liburan semester maupun liburan akhir tahun biasanya digunakan oleh kebanyakan keluarga untuk berlibur dan juga pada hari-hari libur lebaran. Untuk hari dan jam penerbangan biasanya harga yang dijual pada hari minggu dan hari senin selalu lebih tinggi dibanding hari-hari kerja biasanya yaitu Selasa, Rabu dan Kamis. Sedangkan penjualan tiket pada hari jum’at untuk penerbangan hari Sabtu biasanya juga lebih tinggi dari harga standar”.<sup>71</sup>

Berdasarkan hasil wawancara, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa yang menjadi faktor penyebab terjadinya fluktuasi harga tiket pesawat adalah hari, jam penerbangan, hari libur akhir pekan dan hari lebaran.

Harga dalam sistem ekonomi, sangat berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam jual-beli, apabila harga tinggi maka barang yang diminta akan menurun, begitu sebaliknya apabila harga menurun maka jumlah barang yang diminta akan meningkat. Begitu juga halnya dengan permintaan akan jasa penerbangan, apabila tarif tiket murah maka akan meningkatnya daya beli konsumen dan apabila tarif mahal maka akan menyebabkan menurunnya permintaan konsumen.

Sebagaimana hasil wawancara dengan direktur PT. Airlangkap  
Wisata Kota Bengkulu : “Untuk pemesanan tiket di PT. Airlangkap

---

<sup>71</sup>Ibu Jayati Ningsih, Direktur PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu, Wawancara pada tanggal 21 Oktober 2019

Wisata sejauh ini tidak terlalu berdampak pada daya beli konsumen, mau harga mahal atau murah konsumen akan tetap memesan karena menurut saya itu adalah tergantung kebutuhan dan kepentingan”<sup>72</sup>

Jadi berdasarkan hasil wawancara dengan direktur PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa perubahan harga tiket pesawat tidak berdampak pada daya beli konsumen karena bagi mereka selama itu kepentingan maka akan tetap dipesan.

## **B. Pembahasan**

Pemasaran menjadi salah satu pendukung tercapai atau tidaknya tujuan utama berbisnis, yaitu profit yang tinggi. Namun, perlu diingat bahwa profit yang tinggi bukan satu-satunya tujuan dalam bisnis Islam. Rasulullah SAW memberi contoh kepada umatnya bahwa menjalin dan menjaga silaturahmi dalam berdagang lebih penting dari pada mendapat keuntungan semata. Pemasaran merupakan bagian dari muamalah yang dibolehkan dalam Islam, sepanjang dalam proses transaksinya tidak ada ketentuan-ketentuan syariah yang melarangnya. Muamalah erat kaitannya di kehidupan manusia. Aspek muamalah salah satunya adalah penjualan tiket pesawat.

Pemasaran syariah, mengatur bahwa laba berasal dari kelebihan hasil atas biaya. Secara garis besar, dapat dikatakan bahwa keuntungan suatu perdagangan itu dipengaruhi oleh harga barang, jumlah penjualan barang, dan kepentingan harga barang. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Q.S Al-qashash ayat 77 :

---

<sup>72</sup>Ibu Jayati Ningsih Direktur PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu, Wawancara pada tanggal 21 Oktober 2019

وَأَبْتَغِ فِي مَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا  
وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا

تُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ﴿٧٧﴾

Artinya: dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan. (QS. Al-qashash:77)

Pada prinsipnya transaksi bisnis harus dilakukan pada harga yang adil sebab ia adalah cerminan dari komitmen syariat Islam terhadap keadilan yang menyeluruh. Secara umum, harga yang adil ini adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan (kezaliman) sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkannya. Sebagai mana firman Allah SWT :

لَقَدْ أَرْسَلْنَا رُسُلَنَا بِالْبَيِّنَاتِ وَأَنْزَلْنَا مَعَهُمُ الْكِتَابَ وَالْمِيزَانَ لِيَقُومَ النَّاسُ  
بِالْقِسْطِ وَأَنْزَلْنَا الْحَدِيدَ فِيهِ بَأْسٌ شَدِيدٌ وَمَنْتَفَعٌ لِلنَّاسِ وَلِيَعْلَمَ اللَّهُ مَنْ  
يَنْصُرُهُ وَرُسُلَهُ بِالْغَيْبِ إِنَّ اللَّهَ قَوِيٌّ عَزِيزٌ ﴿٢٥﴾

Artinya: *Sesungguhnya Kami telah mengutus Rasul-rasul Kami dengan membawa bukti-bukti yang nyata dan telah Kami turunkan bersama mereka Al kitab dan neraca (keadilan) supaya manusia dapat melaksanakan keadilan. dan Kami ciptakan besi yang padanya terdapat kekuatan yang hebat dan berbagai manfaat bagi manusia, (supaya mereka mempergunakan besi itu) dan supaya Allah mengetahui siapa yang menolong (agama)Nya dan rasul-rasul-Nya Padahal Allah tidak dilihatnya. Sesungguhnya Allah Maha kuat lagi Maha Perkasa. (Q.S Al-Hadid: 25)*<sup>73</sup>

Sebagaimana dikemukakan sebelumnya bahwa dalam Islam, keuntungan tidak ada batasan tertentu. Karena itu termasuk rizki dari Allah. Terkadang Allah memberikan banyak rizki kepada manusia. Sehingga kadang ada orang yang mendapatkan untung 100 atau lebih, hanya dengan modal 10. Karena itu, tidak ada batasan keuntungan yang boleh diambil seseorang dengan sebuah catatan proses atau cara pengambilan keuntungan tersebut tidak menyalahi aturan Islam. Sebagaimana firman Allah SWT:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ إِلَّا أَنْ تَكُونَ

تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (Q.S An-nisa' ayat 29)*

Demi tercapainya tujuan pemasaran diperlukan beberapa variabel pemasaran yang dapat dikendalikan dan digunakan oleh seorang pelaku bisnis

<sup>73</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Mushaf Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Pustaka Agung Harapan, 2015), h. 325

atau badan usaha. Variabel pemasaran yang dimaksud disebut bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran syariah terdiri dari empat komponen:

#### 1. Produk

Produk yang diperjual belikan di PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu ada beberapa tiket pesawat diantaranya: Lion Air, Citilink, Sriwijaya, Batik Air dan Garuda.

#### 2. Harga

Jual beli tiket pesawat di PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu selalu mengalami perubahan harga disetiap waktunya. Perubahan harga ini dikarenakan adanya faktor permintaan dan penawaran. PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu menjual harga tiket berdasarkan harga yang telah ditentukan oleh maskapai penerbangan tanpa merubah harga untuk meraup keuntungan yang lebih besar.

#### 3. Distribusi

Salah satu kelebihan dari PT. Airlangkap Wisata kota Bengkulu yaitu memiliki tempat yang tetap dan strategis sehingga memudahkan konsumen dalam memesan tiket.

#### 4. Promosi

Promosi merupakan salah satu bagian yang penting dalam pemasaran. Adapun strategi yang dilakukan PT. Airlangkap Wisata Kota Bengkulu untuk menarik konsumen dalam memesan tiket yaitu dengan

promosi penjualan melalui sosial media (online), dan menjalin kerjasama dengan Bank Bengkulu.

Jika mengamati permasalahan sebelumnya mengenai fluktuasi harga dalam jual beli tiket pesawat, adanya perubahan harga tiket pesawat membuat konsumen yang membeli tiket pesawat dengan tujuan dan hari keberangkatan yang sama harus membayar dengan harga yang berbeda-beda. Dalam Pemasaran perspektif syariah segala aktivitas bisnis dalam bentuk kegiatan penciptaan nilai yang memungkinkan pelakunya bertumbuh serta mendayagunakan kemanfaatannya yang dilandasi dengan kejujuran, keadilan, keterbukaan dan keikhlasan sesuai proses yang berprinsip pada akad bermuamalah Islami.

Pemasaran merupakan salah satu bentuk muamalah yang dibenarkan dalam Islam, sepanjang dalam segala proses transaksinya terpelihara dari hal-hal yang terlarang oleh ketentuan syariah. Dengan landasan bahwa pemasaran syariah adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *value* dari suatu *inisiator* kepada *stakeholders-nya*, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam.

Definisi di atas didasarkan pada salah satu ketentuan dalam bisnis Islami yang tertuang dalam sebuah hadis riwayat Tirmidzi sekaligus menjadi kaidah fikih, yaitu:

الأَصْلُ فِي الْمَعَامَلَةِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

“Kaum muslim terikat dengan kesepakatan-kesepakatan bisnis yang mereka buat, kecuali kesepakatan yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram.” ( HR. Tirmidzi, dalam At-Tirmidzi IV, 1965: 584)

Ini artinya bahwa dalam pemasaran syariah, seluruh proses baik proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai (*value*) tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang Islami. Sepanjang hal tersebut dapat dijamin, dan penyimpangan prinsip-prinsip muamalah Islami tidak terjadi dalam suatu transaksi atau dalam proses suatu bisnis, maka bentuk transaksi apa pun dalam pemasaran dapat dibolehkan.

Penetapan harga di PT. Airlengkap Wisata Kota Bengkulu ini ditetapkan sepenuhnya oleh pihak maskapai penerbangan. PT. Airlengkap Wisata Kota Bengkulu hanya bertindak sebagai agen penjualan dengan mengikuti harga yang sesuai dengan harga yang diberikan pihak maskapai. Sistem penetapan harga yang digunakan maskapai ialah sistem *dynamic pricing* yaitu sebuah strategi berupa pengaturan penetapan harga yang bertujuan meningkatkan pendapatan maskapai penerbangan. Selain itu perubahan harga tiket pesawat juga dipengaruhi oleh permintaan, semakin tingginya permintaan maka harga akan semakin naik. Harga tiket melonjak tinggi pada musim liburan, baik liburan akhir pekan, liburan semester maupun liburan akhir tahun.

Pernyataan tersebut dapat peneliti simpulkan bahwa fluktuasi harga atau perubahan harga tiket pesawat di PT. Airlengkap Wisata kota Bengkulu mengikuti kondisi permintaan dan penawaran yang sudah ditetapkan oleh maskapai tanpa menambah harga untuk mendapat keuntungan yang lebih besar. Dimana hal ini sudah sesuai dengan pemasaran perspektif syariah bahwa segala aktivitas bisnis dalam bentuk kegiatan dilandasi dengan kejujuran, keadilan, dan keterbukaan sesuai proses yang berprinsip pada akad bermuamalah Islami.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Kesimpulan dari hasil penelitian tentang Fluktuasi Harga dalam Jual Beli Tiket Pesawat Perspektif Pemasaran Syariah (Studi Pada PT. Airlengkap Wisata Kota Bengkulu), adalah sebagai berikut:

1. Penjualan tiket pesawat di PT. Airlengkap Wisata Kota Bengkulu mengalami fluktuasi harga yang disebabkan karena dalam penetapan harga pihak agen mengikuti harga yang telah ditetapkan maskapai, bahwa dalam penetapan harga ini maskapai menggunakan sistem *dynamic pricing* yaitu sebuah strategi berupa pengaturan penetapan harga yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan maskapai penerbangan.
2. Fluktuasi harga atau perubahan harga tiket pesawat di PT. Airlengkap Wisata kota Bengkulu mengikuti kondisi permintaan dan penawaran yang sudah ditetapkan oleh maskapai tanpa menambah harga untuk mendapat keuntungan yang lebih besar. Hal ini sesuai dengan pemasaran perspektif syariah bahwa segala aktivitas bisnis dalam bentuk kegiatan dilandasi dengan kejujuran, keadilan, dan keterbukaan sesuai proses yang berprinsip pada akad bermuamalah Islami.

## **B. Saran**

Setelah melakukan penelitian dan pengamatan dalam menyusun skripsi ini. Penulis mengajukan beberapa saran untuk menyelesaikan permasalahan yang ada antara lain:

1. Bagi pihak penjual tiket pesawat hendaklah memberikan penjelasan kepada konsumen, alasan harga tiket pesawat yang selalu berubah-ubah disetiap waktunya. Sehingga konsumen yang membeli tiket pesawat dengan harga tinggi atau rendah tidak lagi merasa kebingungan.
2. Bagi konsumen atau pembeli, disarankan untuk membeli tiket pesawat jauh-jauh hari karena semakin dekat dengan keberangkatan maka harga tiket akan semakin naik atau semakin mahal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdulah, RuF'ah. *Fikih Muamalah*. Bogor: Ghalia Indonesia. 2011
- Afifudin, Beni Ahmad Saebani. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Pustaka Setia. 2012.
- Al-Fauzan, Saleh. *Fiqh Sehari-Hari*. Jakarta: Gema Insani Pers. 2015.
- Az-Zuhaili, Wahbah. *Fiqh Islam*. Depok: Gema Insani. 2007.
- Bungin, Burhan. *Metodologi penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana. 2005.
- Sudarsono, Heri. *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Ekonomisia. 2012.
- Darsono, Rahmat. *Tarif dan Dokumen Pasasi*. Bandung: Alfabeta. 2004.
- Departemen Agama Republik Indonesia. *Mushaf Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Pustaka Agung Harapan. 2015.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Umum Bahasa Indonesia* Jakarta: Balai Pustaka. 2017.
- Departemen Agama RI *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*. Bandung: PT. Sygma Examedia Arkanlema. 2015.
- Komariah, Djaman. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta. 2017.
- Fatoni, Siti Nur. *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Cet. 2. Bandung: CV Pustaka Setia. 2017.
- Freedoms. *Pengertian Fluktuasi Contoh Dan Faktor Penyebab Terjadinya* (sumber. [http:// www.freedomnesia.id/fluktuasi/](http://www.freedomnesia.id/fluktuasi/) di unggah pada 29/08/2019 dan diakses pada 23/09/2019 pukul 20.00 wib
- Haroen, Nasrun. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama. 2007.
- Hakim, Chappy. *Berdaulat Di Udara Membangun Citra Penerbangan Nasional*, cet-1. Jakarta: Buku Kompas 2010.
- Hilmi, Nur. *pengaruh harga tiket pesawat terhadap pendapatan Agen Travel di kota Banda aceh ditinjau menurut konsep Ji'alah*. Skripsi: Prodi Hukum Ekonomi Syariah. Fakultas Syariah dan Hukum. 2016.
- Huda, Nurul. *Pemasaran Syari'ah*. Depok: Kencana. 2017.

- Lipsey, Richard G. *Pengantar Mikroekonomi*. Jakarta: Erlangga. 2017.
- Madani. *Fiqh Muamalah*, Cet. Ke-2. Jakarta: Kencana. 2013.
- Marthon, Said Sa'ad. *Ekonomi Islam Di Tengah Krisis Ekonomi Global*. Cet.3. Jakarta: Zikrul Hakim. 2007.
- Mubarok, Fatchul. *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Fluktuasi Harga ( Studi Kasus Pedagang Makanan Di Alun-Alun Kabupaten Klaten)*. Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Tahun 2017.
- Mujahidin, Ahmad. *Ekonomi Islam Sejarah, Konsep, Instrumen, Negara, Dan Pasar*. Cet.3. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2014.
- Musri, A. Yusuf. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenadamedia Group. 2014.
- Nizar, Muhammad Afdi. "The Impact of World Oil Prices Fluctuation on Indonesia's Economy" Vol.6 No.2. Desember. "<http://jurnal.kemendag.go.id/bilp/article/view/131> diterbitkan/2012/11/21 pada hari kamis. diakses pada hari Jum'at Tanggal 06/12/2019 jam 09:47.
- Pasaribu, Chairuman dan Suhrawardi K. Lubis. *Hukum Perjanjian dalam Islam*. Jakarta: Sinar Grafika. 2010.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI). *Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Pers. 2015.
- Qardawi, Yusuf. *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*. Cet ke-4. Jakarta: Robbani Press. 2014.
- Raco, J.R. *Metode Penelitian Kualitatif, Jenis, Karakter, dan Keunggulannya* . Jakarta: PT Grasindo. 2010.
- Rozalinda. *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*. Jakarta: Rajawali Pers. 2016.
- Satori, Djaman, Aan Komariah. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta. 2017.
- Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Rajawali Pers. 2014.
- Tirmidzi. *Hadis Riwayat At-Tirmidzi IV*. Jakarta: Pustaka Azzam. 1965.
- Yusuf, Musri. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenadamedia Group. 2014.

