

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Pelayanan**

##### 1. Pengertian Pelayanan

Dalam kamus Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan adalah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain. Pada hakekatnya pelayanan adalah serangkaian kegiatan yang merupakan proses. Sebagaimana proses pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat, proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain.<sup>8</sup>

Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan.<sup>9</sup>

Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Perusahaan yang mampu memberikan keunggulan pelayanan, akan menciptakan nilai positif bagi perusahaan. Dengan adanya pelayanan yang memadai,

---

<sup>8</sup> Tim Penyusun, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Balai Pustaka, 1990)h. 415.

<sup>9</sup> Ratmiko dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015).2.

pelanggan akan merasa puas serta mendorong pelanggan untuk menggunakan produk itu kembali. Penting memberi pelayanan yang terbaik dan sesuai harapan pelanggan, karena pelayanan tidak hanya sekedar melayani, tetapi berarti mengerti, memahami, dan merasakan sehingga penyampaianya bisa mengenai hati pelanggan sehingga mampu memperkokoh posisi perusahaan dalam pikiran pelanggan.<sup>10</sup>

Pelayanan pada dasarnya dapat didefinisikan sebagai aktifitas seseorang, sekelompok atau organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan. Moenir Mengatakan bahwa pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Standar dalam pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik.<sup>11</sup>

Dari penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah serangkaian aktivitas karyawan dengan konsumen untuk memenuhi kebutuhan, pelayanan dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Pelayanan tidak sekedar melayani, tetapi berarti memahami, mengerti dan merasakan keinginan para konsumen.

## 2. Dasar – Dasar Pelayanan

---

<sup>10</sup> Thorik G dan Utus H, *Marketing*, (Jakarta: Gema Insani, 2006),77

<sup>11</sup> M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syari'ah*, (Bandung: Alfabeta, 2010) hlm. 211.

Seorang karyawan dituntut untuk memberikan pelayanan yang prima kepada konsumen. Agar pelayanan yang diberikan dapat memuaskan konsumen maka seorang karyawan diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan konsumennya. Berikut ini adalah dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dalam memberikan pelayanan yaitu :

- a. Berpakaian dan berpenampilan bersih dan rapi
- b. Percaya diri, bersikap akrab dengan penuh senyum
- c. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika sudah kenal
- d. Tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan
- e. Berbicara dengan bahasa baik dan benar
- f. Bertanggung jawab sejak awal hingga selesai<sup>12</sup>

### 3. Karakteristik Pelayanan Yang Baik

Setiap perusahaan selalu ingin dianggap terbaik dimata konsumennya. Konsumen pada intinya ingin diberikan pelayanan yang terbaik. Ciri – ciri pelayanan yang baik harus diketahui oleh pihak perusahaan sehingga keinginan konsumen dapat diberikan secara maksimal. Adapun ciri – ciri pelayanan yang baik adalah sebagai berikut :

---

<sup>12</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta : Kencana, 2005)hlm. 205

a. Tersedia sarana dan prasarana yang baik

Konsumen ingin dilayani prima, oleh karena itu untuk melayani konsumen salah satu yang paling penting diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang tersedia.

b. Tersedia karyawan yang baik

Kenyamanan konsumen tergantung dari petugas yang melayaninya. Petugas harus ramah, sopan, dan menarik, disamping itu petugas harus cepat tanggap, pandai berbicara, menyenangkan serta pintar.

c. Bertanggung jawab kepada konsumen dari awal hingga selesai

Dalam menjalankan kegiatan pelayanannya setiap karyawan harus mampu melayani dari awal hingga selesai

d. Mampu melayani secara cepat dan tepat

Dalam melayani konsumen diharapkan petugas harus melakukannya sesuai prosedur. Layanan yang diberikan sesuai jadwal dan pekerjaan tertentu dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan konsumen.

e. Mampu berkomunikasi

Petugas harus mampu berbicara kepada setiap konsumen dan memahami keinginan konsumen. Artinya petugas harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti dan jangan menggunakan istilah yang sulit dimengerti.

f. Berusaha memenuhi kebutuhan konsumen

Petugas harus cepat tanggap apa yang diinginkan konsumen, mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan konsumen.<sup>13</sup>

4. Pelayanan Perspektif Bisnis Syariah

Seorang pebisnis selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada mitra bisnisnya. Pelayanan yang terbaiknya tentunya tidak bertentangan dengan syariah (islam), seperti suap, menipu, serta praktik-praktik bisnis yang tidak bermoral. Rasulullah SAW tidak pernah menghancurkan pesaingnya. Beliau hanya memberikan pelayanan terbaik dan menyebutkan spesifik barangnya termasuk menyebutkan cacat barangnya (kalau memang ada).<sup>14</sup>

Ada lima karakteristik pelayanan yang sudah dipraktikkan oleh Rasulullah SAW yang dapat digunakan sebagai panduan, antara lain :

a. Jujur

<sup>13</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta : Kencana, 2005) hlm. 207

<sup>14</sup> Nana herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), 322

Jujur yaitu sikap yang tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada- ngada fakta, tidak berkhianat, serta tidak pernah ingkar janji.

b. Bertanggung jawab dan terpercaya

Bertanggung jawab dan terpercaya yaitu suatu sikap dalam menjalankan bisnisnya selalu bertanggung jawab dan dapat dipercaya. Artinya pelayanan yang diberikan handal dan bertanggung jawab, bila ini dijalankan dengan baik maka konsumen akan merasa sangat dihargai. Rasulullah telah mempraktikkan dan memerintahkan supaya setiap muslim senantiasa menjaga amanah yang diberikan kepadanya. Karena tanggung jawab beliau pada waktu berniaga maupun aktivitas kehidupan yang lainnya, maka beliau dipercaya oleh semua orang dan mendapat gelar *Al-amin*.

c. Murah hati

Murah hati melayani dengan rendah hati adalah sikap ramah tamah, sopan santun, murah senyum, suka

mengalah, namun tetap penuh tanggung jawab. Adapun dalam sebuah hadist yang berbunyi :

Diriwayatkan dari Jabir bin Abdullah Ra : Rasulullah SAW bersabda “Semoga kasih sayang Allah dilimpahkan kepada orang bersikap lemah lembut pada saat membeli, menjual dan meminta uang kembali uangnya” HR. Bukhori.

d. Tidak melupakan akhirat

Tidak melupakan akhirat yaitu ketika sedang menjalankan bisnisnya tidak boleh selalu menyibukkan dirinya semata-mata untuk mencari keuntungan materi dengan meninggalkan keuntungan akhirat, sehingga jika datang waktu sholat mereka wajib melaksanakan sebelum habis waktunya.

e. Tidak menipu

Tidak menipu yaitu sikap yang sangat mulia dalam menjalankan bisnisnya, seperti praktik bisnis dan dagang yang diterapkan oleh Rasulullah SAW yaitu tidak pernah menipu. Adapun dalam sebuah hadist yang berbunyi :

Diriwayatkan dari Abdullah bin Umar Ra : seseorang menemui Nabi SAW dan berkata bahwa ia selalu curang dalam pembelian. Nabi SAW bersabda

kepadanya agar pada waktu membeli mengatakan “Tidak tidak ada penipuan”(Ia mempunyai hak ntuk mengembalikan barang yang sudah dibelinya apabila ternyata cacat, rusak, tidak sesuai dengan janji si penjual dan sebagainya) HR. Bukhari .<sup>15</sup>

## **B. Penjualan**

### **1. Pengertian Penjualan**

Penjualan adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi atau memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.<sup>16</sup>

Menurut Philip Kotler pengertian penjualan sebagai suatu kegiatan yang ditujukan untuk mencari pembeli, mempengaruhi, dan memberikan petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produk yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan bagi kedua belah pihak.<sup>17</sup>

Penjualan merupakan suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba. Penjualan adalah sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat

---

<sup>15</sup> Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang : Walisongo Press, cet ke 1)hlm. 163

<sup>16</sup> Sofian Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2008) hlm.8

<sup>17</sup> Johshon Alvaco, *Practical Communication Skill*, (jakarta : Gramedia, 2014), hlm 235



diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasilkan.<sup>18</sup>

Dari berbagai pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi pembeli serta untuk mendapatkan laba yang diinginkan, untuk mempertahankan perusahaannya agar tetap berkembang.

## 2. Tujuan Penjualan

Kemampuan perusahaan dalam menjual produknya menentukan keberhasilan dalam mencari keuntungan, apabila perusahaan tidak mampu menjual maka perusahaan akan mengalami kerugian. Adapun tujuan umum penjualan yaitu :

- a. Tujuan yang dirancang untuk meningkatkan volume penjualan total atau meningkatkan penjualan produk-produk yang lebih menguntungkan.
- b. Tujuan yang dirancang untuk mempertahankan posisi penjualan yang efektif melalui kunjungan penjualan reguler dalam rangka menyediakan informasi mengenai produk baru
- c. Menunjang pertumbuhan perusahaan.

Tujuan tersebut dapat tercapai apabila penjualan dapat dilaksanakan sebagaimana yang telah direncanakan

---

<sup>18</sup> Winardi, *Kamus Ekonomi*, (Bandung: Alumni, 1982), hlm.97

sebelumnya. Penjualan tidak selalu berjalan mulus, keuntungan dan kerugian yang diperoleh perusahaan banyak dipengaruhi oleh lingkungan pemasaran. Lingkungan ini sangat berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan.<sup>19</sup>

### 3. Tahap-Tahap Penjualan

Penjualan bukanlah suatu proses singkat yang dapat berlangsung begitu saja, melainkan akan melalui suatu proses yang harus dilakukan terlebih dahulu. Penjual akan mengusahakan agar pembeli tertarik membeli barang yang ditawarkan. Agar proses usaha tersebut berjalan dengan baik, harus melalui beberapa tahapan tertentu yang terdiri dari:<sup>20</sup>

#### a. Menarik Perhatian

Tugas seorang penjual adalah menarik perhatian pembeli, cara menarik perhatian yang paling umum digunakan adalah dengan Memasang etalase ataupun spaduk didepan toko. Bisa juga dengan menggunakan poster-poster yang dipasang dipinggir jalan, atau dengan menggunakan iklan dimedia masa

#### b. Tumbuhnya Minat

---

<sup>19</sup> Fandy Tjiptono dkk, *Pemasaran Strategi*, (Yogyakarta: Andi Yogyakarta), 2008, hlm 604.

<sup>20</sup> Faisal Afif, *Teknik Penjualan*, (Bandung: Angkasa) 1990, hlm.48

Selanjutnya setelah rasa tertarik adalah munculnya minat untuk mengetahui lebih dalam tentang suatu barang. Jika sebelumnya pembeli hanya memperhatikan barang-barang yang ada pada etalase, maka selanjutnya pembeli akan mulai menanyakan tentang hal-hal yang ingin diketahui dari barang tersebut, seperti harga, model, merek bahkan cara penggunaannya. Maka hal ini berarti pembeli sudah mulai berminat pada barang tersebut.

c. Adanya keinginan pembeli

Tahap selanjutnya adalah munculnya keinginan untuk membeli barang tersebut. Proses ini merupakan tahap terpenting bagi seorang penjual untuk berperan lebih aktif lagi, sebab pada tahap ini merupakan tahap penentuan dimana sering kali pembeli bersikap maju atau mundur. Pada tahap ini sangat mungkin jika pembeli akan berfikir apakah barang ini terlalu mahal, apakah modelnya cocok dan lain sebagainya.

d. Keputusan untuk Membeli Barang

Pada tahap ini merupakan tahap terakhir dari ketiga tahap sebelumnya. Tahap – tahap diatas merupakan tahapan yang terjadi secara umum terjadi pada proses pembelian, maka tidak menutup kemungkinan proses tahapan akan berbeda yang semua akan tergantung pada perilaku

konsumen disetiap pembelian. Dalam hal ini, diperlukan pengalaman yang cukup bagi seorang penjual untuk mampu mengatasi berbagai kemungkinan tersebut.

### C. Bisnis Syariah

#### 1. Pengertian Bisnis *Online* Syariah

Bisnis syariah merupakan implementasi/ perwujudan dari aturan syariat Allah. Sebenarnya bentuk bisnis syariah ini tidak berbeda pada bisnis umumnya, yaitu upaya memproduksi/ mengusahakan barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan konsumen. Namun aspek syariah inilah yang membedakan dengan bisnis pada umumnya, juga menjalankan syariat dan perintah Allah dalam bermuamalah.<sup>21</sup>

Sedangkan jual beli *online* (Bisnis *Online*) diartikan sebagai jual beli barang dan jasa melalui media elektronik, khususnya melalui internet atau secara *online*. Sama halnya dengan bisnis *online* syariah yaitu merupakan bentuk transaksi bisnis, Islam hanya mengatur nilai dan prinsip yang harus dijadikan pedoman dalam berbisnis. Karena bentuk-bentuk transaksi bisnis dapat berkembang sesuai perkembangan zaman, namun dengan tetap berpedoman pada aturan dasar yang telah ditetapkan dalam Islam.<sup>22</sup>

#### 2. Transaksi *Online* Pada Bisnis Syariah

---

<sup>21</sup> Mardani, *Hukum Bisnis Syariah*, (Jakarta : Prenadamelia Group), 2014, hlm. 24

<sup>22</sup> Arip Purkon, *Bisnis Online Syariah*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama), 2014, hlm. 18

Suatu transaksi atau akad dinyatakan sah jika sudah terpenuhi syarat dan rukunnya. Dalam syariah islam ada beberapa rukun dan syarat yang berkaitan dengan transaksi, yaitu :<sup>23</sup>

a. Adanya dua pihak atau lebih

Dalam bisnis *online*, masing-masing pihak yang terlibat dalam transaksi harus memenuhi ketentuan-ketentuan yang berlaku guna mencegah adanya pihak yang dirugikan. Kedua pihak tersebut harus memiliki pengetahuan sekaligus cakap dalam melakukan suatu transaksi.

b. Adanya *sighat* akad

*Sighat* biasanya disebut sebagai *ijab* dan *qabul* dalam suatu kegiatan transaksi. *Ijab* adalah penetapan dari suatu perbuatan tertentu yang menunjukkan keridhaan yang diucapkan pihak pertama, sedangkan *qabul* adalah orang yang berkata setelah orang yang mengucap *ijab*. *Ijab qabul* sendiri dapat dilakukan dengan cara lisan, tulisan, surat, isyarat atau bentuk lain yang dapat memberikan sebuah pengertian dengan jelas mengenai *ijab qabul*. Pada dasarnya *ijab* dan *qabul* yang diterapkan oleh bisnis *online* sama dengan praktik yang dilakukan dengan bisnis dalam dunia nyata. Pernyataan

---

<sup>23</sup> Ibid, 28-30

*ijab qabul* atau kesepakatan itu sendiri dapat dilakukan melalui berbagai media *online*. Dalam praktik bisnis *online*, kedua pihak tidak bertemu secara nyata, namun mereka bertemu dalam satu majelis yang biasa dinamakan dengan dunia maya.

c. Adanya objek akad

Barang atau jasa yang akan dijadikan objek harus sesuai dengan ketentuan *syara'* yang ada yang sifatnya jelas dan diketahui oleh kedua belah pihak. Dalam praktik bisnis *online* harus memenuhi kriteria yang disyaratkan, yaitu barang yang halal, mempunyai nilai dan manfaat, memiliki kejelasan baik bentuk, fungsi maupun keadaan, serta dapat diserahkan pada waktu tempat (media) yang telah disepakati.

3. Akad pada Bisnis *Online* Sesuai Syariah

Adapun jenis-jenis akad yang sering digunakan dalam bisnis *online*, antara lain :<sup>24</sup>

a. Bisnis *online* dengan akad *Bai'As-salam* (Pesanan)

Berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) nomor 05/DSN-MUI/IV/2000, jual beli *salam* diartikan sebagai jual beli

---

<sup>24</sup>Arip Purkon, *Bisnis Online Syariah*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama), 2014, hlm. 35

barang dengan cara pemesanan dan pembayaran harga dilakukan lebih dahulu.

b. *Bisnis online* dengan akad *Ji'alah/Ju'alah* (Upah)

Berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) nomor 62/DSN-MUI/XII/2007, jual beli akad *ji'alah/ju'alah* diartikan sebagai janji atau komitmen untuk memberikan imbalan tertentu atas pencapaian hasil yang ditentukan dari suatu pekerjaan. Untuk jenis akad ini biasa digunakan pada *bisnis online* pada jasa seperti kursus *online*, konsultasi *online*, *reseller*, dan jenis *bisnis online* lainnya.

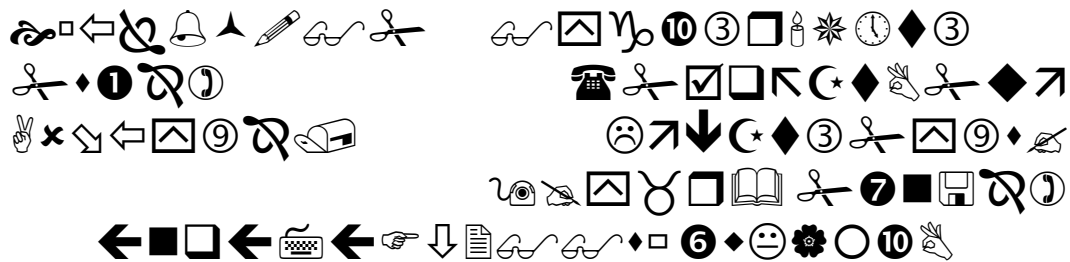
c. *Bisnis online* dengan akad *ijarah* (sewa)

Berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) nomor 09/DSN-MUI/IV/2000, akad *ijarah* diartikan sebagai akad pemindahan hak guna (manfaat) atas sesuatu barang dalam waktu tertentu dengan membayar sewa tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan secara mutlak.

4. Akad *Bai' As-salam*

Berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) nomor 05/DSN-MUI/IV/2000, jual beli *salam* diartikan sebagai jual beli barang dengan cara pemesanan dan

pembayaran harga dilakukan lebih dahulu.<sup>25</sup> Mengenai akad *bai' as-salam* sendiri sudah dijelaskan dalam Al-Qur'an surah al-Baqarah ayat 282 :



Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya”(QS Al –Baqarah ayat 282).

Pelaksanaan transaksi *bai' as-salam* harus memenuhi beberapa rukun, menurut Zuhaili (1999) sebagai berikut :<sup>26</sup>

- a. Pembeli (*muslam*)
- b. Penjual (*muslam ilaih*)
- c. Modal/ uang (*ra'sul maal*)
- d. Barang (*muslam fih*)
- e. *Sighat* (*ijab dan qabul*)

Disamping segenap rukun yang harus terpenuhi, *bai' as-salam* juga mengharuskan tercukupinya segenap syarat-syarat sebagai berikut :<sup>27</sup>

1. Modal transaksi *bai' as-salam*

<sup>25</sup> Arip Purkon, *Bisnis Online Syariah*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama), 2014, hlm. 35

<sup>26</sup> Mahmudatus Sa'diyah, *Fiqh Muamalah II (Teori dan Praktik)*, (Jawa Tengah : UNISNU Press, 2019), hlm.39

<sup>27</sup> Ibid, hlm. 40



Syarat yang harus dipenuhi dalam modal *bai' as-salam* sebagai berikut :

a. Modal harus diketahui

Barang yang akan di suplay harus diketahui jenis, kualitas dan jumlahnya. Hukum awal mengenai pembayaran adalah ia harus dalam bentuk uang tunai.

b. Penerimaan pembayaran *salam*

Kebanyakan ulama mengharuskan pembayaran salam dilakukan ditempat kontrak. Hal tersebut agar pembayaran yang diberikan oleh pembeli tidak dijadikan sebagai utang penjual. Lebih khusus pembayaran *salam* tidak bisa dalam bentuk pembebasan utang yang harus dibayar dari penjual. Hal ini adalah untuk mencegah praktik *riba* melalui mekanis *salam*.

2. Barang

Syarat- syarat yang harus terpenuhi pada barang yang dijual sebagai berikut :

a. Harus spesifik dan dapat diakui sebagai utang

b. Harus bisa diidentifikasi kan secara jelas untuk mengurangi kesalahan akibat kurangnya pengetahuan tentang macam barang tersebut

c. Penyerahan barang dilakukan dikemudian hari

- d. Kebanyak ulama masyarakat penyerahan barang harus di tunda suatu waktu kemudian, tetapi mazhab syafi'i membolehkan penyerahan segera
- e. Dapat menentukan tanggal waktu dimasa yang akan datang untuk penyerahan barang
- f. Tempat penyerahan. Pihak-pihak yang berkontrakan harus menunjuk tempat yang disepakati dimana barang harus diserahkan

Dari berbagai penjelasan diatas jadi transaksi jual beli online menggunakan akad *bai' as-salam*, yaitu dengan pembeli melakukan pesanan barang terlebih dahulu. Dimana disini pembeli sudah mengetahui sifat serta kualitas barang dari penjual, setelah terjadi kesepakatan maka pembeli akan mentransfer sejumlah uang dan penjual akan mengirim barang yang telah dipesan.