

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Pelayanan

##### 1. Pengertian Pelayanan

Secara sederhana, istilah *Service* bisa diartikan sebagai melakukan sesuatu bagi orang lain. Ada tiga kata yang dapat mengacu pada istilah tersebut, yakni jasa, layanan dan servis. Sebagai jasa, *Service* umumnya mencerminkan produk tidak berwujud fisik atau sektor industri, seperti pendidikan, kesehatan, asuransi, perbankan, dan seterusnya. Sebagai layanan, istilah *Service* menyiratkan segala sesuatu yang dilakukan pihak tertentu (individu maupun kelompok) kepada pihak lain (individu maupun kelompok).<sup>1</sup>

Menurut Kotler definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.<sup>2</sup>

Menurut Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63 Tahun 2003 tentang pedoman umum penyelenggaraan pelayanan publik. Pelayanan publik adalah segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai

---

<sup>1</sup> Fandy Tjiptono, *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima* (Yogyakarta: Andi, 2012), 3.

<sup>2</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian* (Jakarta: Salemba Empat, 2002), 83.

upaya pemenuhan kebutuhan penerima pelayanan maupun pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan.<sup>3</sup>

## 2. Standar Pelayanan

Setiap penyelenggaraan pelayanan publik harus memiliki standar pelayanan dan dipublikasikan sebagai jaminan adanya kepastian bagi penerima pelayanan. Standar pelayanan merupakan ukuran yang dibakukan dalam penyelenggaraan pelayanan publik yang wajib ditaati oleh pemberi dan atau penerima pelayanan.<sup>4</sup> Menurut Peraturan Pemerintahan Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2013 tentang Pelaksanaan Undang-undang Nomor 38 Tahun 2009 Tentang Pos, pengertian Standar Pelayanan adalah tolok ukur yang dipergunakan sebagai pedoman penyelenggaraan pelayanan dan acuan penilaian kualitas pelayanan sebagai kewajiban dan janji penyelenggara kepada masyarakat dalam rangka pelayanan yang berkualitas, cepat, mudah, terjangkau, dan terukur.<sup>5</sup>

Menurut Keputusan MENPAN Nomor 63 Tahun 2004, standar pelayanan, sekurang-kurangnya meliputi:

### 1. Prosedur pelayanan

Prosedur pelayanan yang dibakukan bagi pemberi dan penerima pelayanan termasuk pengaduan.

---

<sup>3</sup> Ratminto dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), 18.

<sup>4</sup> Ibid., 23.

<sup>5</sup> *Peraturan Pemerintahan Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2013 tentang Pelaksanaan Undang-undang Nomor 38 Tahun 2009 Tentang Pos.*

2. Waktu penyelesaian

Waktu penyelesaian yang ditetapkan sejak saat pengajuan permohonan sampai dengan penyelesaian pelayanan termasuk pengaduan.

3. Biaya pelayanan

Biaya atau tarif pelayanan termasuk rinciannya yang ditetapkan dalam proses pemberian pelayanan.

4. Produk pelayanan

Hasil pelayanan yang akan diterima sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.

5. Sarana dan prasarana

Penyediaan sarana dan prasarana pelayanan yang memadai oleh penyelenggara pelayanan publik.

6. Kompetensi petugas pemberi pelayanan

Kompetensi petugas pemberi pelayanan harus ditetapkan dengan tepat berdasarkan pengetahuan, keahlian, keterampilan, sikap, dan perilaku yang dibutuhkan.<sup>6</sup>

**3. Pelayanan Prima (*Service Excellent*)**

Pengertian *Service of excellent* berkaitan dengan jasa pelayanan yang dilaksanakan oleh perusahaan dalam upaya untuk memberikan rasa kepuasan dan menumbuhkan kepercayaan pihak pelanggannya (konsumen). Pelayanan tersebut juga membuat pihak konsumen merasa dirinya dipentingkan atau diperhatikan dengan baik dan wajar.

---

<sup>6</sup> Ibid., 23-24.

Untuk memenangkan strategi persaingan dalam bisnis jasa pelayanan melalui kiat pelayanan prima tersebut tidaklah cukup hanya dengan melakukan proses administrasi dengan cepat, tetapi juga bagaimana memperlakukan para pelanggan, yang dapat memperlihatkan cara kita melayani sebaik mungkin serta menumbuhkan kesan atau persepsi yang positif dari pihak pelanggannya.<sup>7</sup>

Definisi pelayanan prima (*service excellent*) menurut Nina Rahmawanty adalah pelayanan yang sangat baik dan melampaui harapan pelanggan. Awalnya pelanggan memiliki harapan yang sederhana dan sementara di benaknya yang bersifat biasa dengan standar yang umum yang banyak diberikan oleh perusahaan lainnya namun ternyata adanya pelayanan ekstra yang tidak diduga dan merupakan surprise dari pelayanan perusahaan. *Service Excellent* adalah pelayanan yang memiliki ciri khas kualitas. Ciri khas kualitas yang baik meliputi kemudahan, kecepatan, ketepatan, kehandalan dan empati dari petugas pelayanan dalam pemberian dan penyampaian pelayanan kepada pelanggan yang berkesan kuat yang dapat langsung dirasakan pelanggan waktu itu dan saat itu juga.<sup>8</sup> Sedangkan definisi pelayanan prima menurut Barata mengandung tiga hal pokok, yaitu adanya pendekatan sikap yang berkaitan dengan kepedulian kepada pelanggan, upaya melayani dengan tindakan yang terbaik, dan adanya tujuan untuk memuaskan pelanggan dengan berorientasi pada standart layanan tertentu.<sup>9</sup>

---

<sup>7</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi* (Jakarta: PT RajaGrafindo, 2007), 279.

<sup>8</sup> Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayanan Prima* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 17.

Untuk mencapai suatu pelayanan yang prima pihak perusahaan haruslah memiliki ketrampilan tertentu, diantaranya berpenampilan baik dan rapi, bersikap ramah, memperlihatkan gairah kerja dan sikap selalu siap untuk melayani, tenang dalam bekerja, tidak tinggi hati karena merasa dibutuhkan, menguasai pekerjaannya baik tugas yang berkaitan pada bagian atau departemennya maupun bagian lainnya, mampu berkomunikasi dengan baik, mampu mengerti dan memahami bahasa isyarat (*gesture*) pelanggan serta memiliki kemampuan menangani keluhan pelanggan secara profesional.

Dengan demikian dapat dilihat bahwa untuk memberikan sebuah pelayanan yang prima kepada pelanggan bukanlah pekerjaan yang mudah. Tetapi bila pelayanan prima dapat dilakukan, maka perusahaan yang bersangkutan akan dapat meraih manfaat yang besar, terutama berupa kepuasan dan loyalitas pelanggan yang besar.

Menurut Barata pelayanan prima (*service excellent*) terdiri dari enam unsur pokok, antara lain sebagai berikut:<sup>10</sup>

a. Kemampuan (*ability*)

Kemampuan adalah kemampuan dan keterampilan tentunya mutlak diperlukan untuk menunjang program layanan prima yang meliputi kemampuan kerja ditekuni, melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi, dan menggunakan *public relation* sebagai instrument dalam membina hubungan ke dalam dan keluar perusahaan.

---

<sup>9</sup> Atep Adya Barata, *Dasar-dasar Pelayanan Prima* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2004), 26.

<sup>10</sup> *Ibid.*, 31.

b. Sikap (*attitude*)

Sikap adalah perilaku yang harus ditunjukkan ketika menghadapi pelanggan.

c. Penampilan (*appearance*)

Penampilan seseorang baik berupa non fisik maupun fisik yang mampu merefleksikan kepercayaan dan kredibilitas dari pihak lain.

d. Perhatian (*attention*)

Perhatian adalah kepedulian penuh terhadap pelanggan, baik yang berkaitan dengan perhatian dan kebutuhan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran dan kritiknya.

e. Tindakan (*action*)

Tindakan adalah berbagai kegiatan nyata yang harus dilakukan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

f. Tanggung jawab (*accountability*)

Tanggung jawab adalah suatu sikap berkepihakan kepada pelanggan sebagai suatu wujud kepedulian untuk menghindari atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.

Sedangkan menurut Tjiptono pelayanan prima (*service excellent*) terdiri dari empat unsur pokok antara lain sebagai berikut:<sup>11</sup>

a. Kecepatan

b. Ketepatan

---

<sup>11</sup> Fandy Tjiptono, *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima* (Yogyakarta: Andi, 2008), 58.

- c. Keramahan
- d. Kenyamanan

Keempat komponen ini merupakan satu kesatuan yang terintegrasi, dalam artian jika ada salah satu komponen yang kurang, pelayanan tidak akan prima (*excellence*).

#### **4. Tujuan Pelayanan Prima**

Tujuan dari pelayanan prima yang telah diberikan oleh perusahaan bersangkutan, yaitu:

- a. Dapat memberikan rasa puas dan kepercayaan pada konsumennya.
- b. Tetap menjaga agar konsumen merasa diperhatikan dan dipentingkan segala kebutuhan atau keinginannya.
- c. Upaya mempertahankan konsumen agar tetap loyal untuk menggunakan produk barang atau jasa yang ditawarkan tersebut.<sup>12</sup>

#### **5. Kualitas Pelayanan**

Kualitas Pelayanan jasa menurut Wyckop adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.<sup>13</sup> Kualitas pelayanan kini sangat dibutuhkan untuk mencapai kepuasan pelanggan. Dengan adanya kualitas, berarti perusahaan harus memenuhi harapan-harapan pelanggan dan memuaskan kebutuhan mereka. Namun demikian meskipun definisi ini berorientasi pada

---

<sup>12</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi.*, 288.

<sup>13</sup> *Ibid.*, 280-281.

konsumen, tidak berarti bahwa dalam menentukan kualitas pelayanan penyedia jasa harus menuruti semua keinginan konsumen. Dengan kata lain, dalam menetapkan kualitas pelayanan, perusahaan harus mempertimbangkan selain untuk memenuhi harapan-harapan pelanggan, juga harus melihat tersedianya sumberdaya yang memadai dalam perusahaan.

Kualitas merupakan inti kelangsungan hidup sebuah lembaga. Kualitas pelayanan tidak boleh diabaikan jika suatu lembaga ingin hidup dan berkembang, Persaingan yang semakin ketat menuntut sebuah lembaga penyedia jasa/layanan untuk selalu memanjakan konsumen/pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik. Para pelanggan akan mencari produk berupa barang atau jasa dari perusahaan yang dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepadanya. Kualitas pelayanan merupakan komponen penting dalam persepsi konsumen, juga sangat penting dalam pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik kualitas jasa yang diberikan maka akan semakin baik pula citra jasa tersebut dimata konsumen.

Ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu *expected service* (pelayanan yang diharapkan) dan *perceived service* (pelayanan yang diterima). Apabila pelayanan yang diterima atau yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal (*service excellent*). Sebaliknya jika jasa

yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa yang dipersepsikan buruk atau tidak memuaskan. Dengan demikian baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyediaan jasa dalam memenuhi harapan pemakainya secara konsisten.<sup>14</sup>

## 6. Dimensi Kualitas Pelayanan

Dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman dalam bukunya Fandy Tjiptono (2012), yaitu:

### 1. Reliabilitas (*Reliability*)

Berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali.

### 2. Daya tanggap (*Responsiveness*)

Berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera.

### 3. Jaminan (*Assurance*)

Berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidence*).

### 4. Empati (*Empathy*)

Berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan

---

<sup>14</sup> Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction Edisi 3* (Yogyakarta: Andi, 2011), 327.

perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

#### 5. Bukti fisik (*Tangibles*)

Berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan.<sup>15</sup>

### **B. Manajemen Syariah**

#### **1. Pengertian Manajemen Syariah**

Manajemen bukan hanya mengatur tempat melainkan lebih dari itu adalah mengatur orang per orang. Kepuasan batin harus ditumbuhkan agar seorang karyawan menganggap pekerjaan tidak hanya sebagai kewajiban, tetapi juga kebutuhannya. Sedangkan dalam Islam kata manajemen menurut bahasa arab disebut *idarrah* yang sepadan dengan kata *tadbir* yang berarti pengaturan, pengurusan, perencanaan, dan persiapan.<sup>16</sup> Manajemen syariah adalah suatu aktivitas khusus menyangkut kepemimpinan, pengarahan, pengembangan proposal, perencanaan, dan pengawasan terhadap pekerjaan-pekerjaan yang berkenan dengan unsur-unsur pokok dalam suatu proyek atau usaha yang sesuai dengan syariah.<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup> Fandy Tjiptono, *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima edisi 2* (Yogyakarta: Andi, 2012), 174-175.

<sup>16</sup> Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktek* (Jakarta: Gema Insani Press, 2003), 12.

<sup>17</sup> Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*(Yogyakarta: STIM TKPN,2001), 178.

Manajemen syariah adalah perilaku yang terkait dengan nilai-nilai keimanan dan ketauhidan. Setiap perilaku orang yang terlibat dalam sebuah kegiatan dilandasi dengan nilai tauhid, maka diharapkan perilakunya akan terkendali dan tidak terjadi perilaku KKN (korupsi, kolusi, dan nepotisme) karena menyadari bahwa adanya pengawasan dari yang Maha Tinggi, yaitu Allah SWT, yang akan mencatat setiap amal perbuatan yang baik maupun buruk. Sebagaimana firman Allah SWT:

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ (٧) وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ (٨)

*“Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrahpun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya. Dan barangsiapa yang mengerjakan kejahatan sebesar dzarrahpun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya pula.” (Q.S Al-Zalzalah:7-8)*<sup>18</sup>

Adapun dalam Islam setiap kegiatan dalam manajemen dipandang sebagai perwujudan amal saleh yang bernilai abadi dan harus bertitik tolak dari niat yang baik. Niat yang baik tersebut akan memunculkan motivasi untuk mencapai hasil yang baik demi kesejahteraan bersama.<sup>19</sup>

<sup>18</sup> Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktek.*, 5.

<sup>19</sup> Undang A. Kamaludin dan Muhammad Alfian, *Etika Manajemen Islam* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2010), 39-40.

## 2. Syarat Manajemen Syariah

Ada beberapa persyaratan dalam manajemen syariah yaitu:

- a. Niat yang ikhlas karena Allah. Suatu perbuatan, walaupun terkesan baik, tetapi jika tidak dilandasi keikhlasan karena Allah, maka perbuatan itu tidak dikatakan sebagai amal sholeh. Niat yang ikhlas hanya dimiliki orang-orang yang beriman.
- b. Tatacara pelaksanaannya sesuai dengan syariat. Suatu perbuatan yang baik tetapi tidak sesuai dengan ketentuan syariat, maka tidak dikatakan sebagai amal sholeh.
- c. Dilakukan dengan penuh kesungguhan. Perbuatan yang dilakukan asal-asalan tidak termasuk amal sholeh. Sudah menjadi anggapan umum bahwa karena ikhlas maka suatu pekerjaan dilaksanakan dengan asal-asalan tanpa kesungguhan. Keikhlasan seseorang dapat dilihat dari kesungguhannya dalam melakukan perbuatannya.<sup>20</sup>

Manajemen sebenarnya tidak dapat dilepaskan dengan perilaku. Untuk masa yang akan datang manajemen syariah akan diarahkan kepada manajemen perilaku. Arahnya adalah memperbaiki perilaku yang benar dan konsisten, merasa diawasi oleh Allah ketika melaksanakan suatu pekerjaan, sehingga tanggung jawab bukan hanya kepada pemimpin, tetapi Allah SWT. Dalam manajemen syariah aspek tauhid sangatlah kuat sehingga seseorang akan benar dan jujur ketika tidak diawasi oleh manusia.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktek.*, 6.

<sup>21</sup> Ibid.

### 3. Fungsi Manajemen Syariah

#### a. Perencanaan

Perencanaan atau *planning* adalah kegiatan awal dalam sebuah pekerjaan dalam bentuk memikirkan hal-hal yang terkait dengan pekerjaan itu agar mendapat hasil yang optimal. Oleh karena itu, perencanaan merupakan sebuah keniscayaan, sebuah keharusan di samping sebagai sebuah kebutuhan.

Dalam melakukan perencanaan, ada beberapa aspek yang harus diperhatikan, antara lain sebagai berikut:

1. Hasil yang ingin dicapai.
2. Orang yang akan melakukan.
3. Waktu dan skala prioritas.
4. Dana (kapital).

Perencanaan merupakan bagian dari sunnatullah, dan didalam manajemen Islam diajarkan agar setiap manusia memperhatikan apa yang telah diperbuat pada masa lalu untuk merencanakan hari esok. Dalam Al-Qur'an surah al-Hasyr: 18, Allah swt. berfirman,<sup>22</sup>

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ

إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

*“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat), dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”*

---

<sup>22</sup> Ibid., 77-78.

Konsep ini menjelaskan bahwa perencanaan yang akan dilakukan harus disesuaikan dengan keadaan situasi dan kondisi pada masa lampau, saat ini, serta prediksi masa datang. Oleh karena itu, untuk melakukan segala perencanaan masa depan, diperlukan kajian-kajian masa kini.<sup>23</sup> Sebuah perencanaan dikatakan baik, jika memenuhi persyaratan berikut:

1. Didasarkan pada sebuah keyakinan bahwa apa yang dilakukan adalah baik. Standar baik dalam agama Islam adalah yang sesuai dengan ajaran Islam. Kita tidak boleh melakukan sebuah perencanaan untuk melakukan kegiatan usaha yang dilarang dalam Islam. Walaupun usaha itu menguntungkan dari segi materi seperti proyek-proyek lokalisasi judi atau prostitusi, tetapi keuntungan itu akan menghilangkan keberkahan serta mengundang bencana.
2. Dipastikan betul bahwa sesuatu yang dilakukan memiliki banyak manfaat.
3. Didasarkan pada ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan apa yang dilakukan. Untuk merencanakan bisnis, maka seseorang pengusaha harus banyak mendengar dan membaca agar dapat mempertanggung jawabkan segala hal yang dilakukannya.

---

<sup>23</sup> Ibid., 79.

4. Dilakukan studi banding (*benchmark*) yaitu melakukan studi terhadap praktik terbaik dari perusahaan sejenis yang telah sukses menjalankan bisnisnya.
5. Dipikirkan prosesnya. Proses seperti apa yang akan dilakukan? Apakah proses itu tetap? Seperti apa hasil dari proses yang direncanakan itu?<sup>24</sup>

b. Pengorganisasian

Inti organisasi adalah interaksi antar orang dalam sebuah wadah untuk melakukan suatu tujuan yang sama. Dalam Islam, organisasi merupakan kebutuhan. Namun demikian, organisasi tidak semata-mata berarti wadah atau tempat, akan tetapi juga sebagai proses yang dilakukan bersama-sama, dengan landasan dan tujuan yang sama.<sup>25</sup>

Ajaran Islam adalah ajaran yang mendorong umatnya untuk melakukan segala sesuatu secara terorganisasi dengan rapi. Ucapan Ali bin Thalib yang sangat terkenal yaitu,

الْحَقُّ بِإِلَّا نِظَامٍ يَغْلِبُهُ الْبَاطِلُ بِنِظَامٍ

*“Hak atau kebenaran yang tidak diorganisir dengan rapi, bisa dikalahkan oleh kebatilan yang lebih terorganisir dengan rapi.”*

Berdasarkan perkataan Ali di atas, dapat disimpulkan bahwa pengorganisasian sangatlah urgen, bahkan kebatilan dapat mengalahkan suatu kebenaran yang tidak terorganisir. Organisasi dalam pandangan Islam bukan semata-mata wadah, melainkan

---

<sup>24</sup> Ibid., 90.

<sup>25</sup> Ibid., 27-28.

lebih menekankan pada bagian sebuah pekerjaan yang dilakukan secara rapi. Organisasi lebih menekankan pengaturan mekanisme kerja. Dalam sebuah organisasi, tentu ada pemimpin dan bawahan.<sup>26</sup>

### c. Pengarahan

Pengarahan (*directing*) adalah suatu tindakan untuk mengusahakan agar semua anggota kelompok berusaha untuk mencapai sasaran sesuai dengan perencanaan manajerial dan usaha-usaha organisasi. Jadi, *actuating* artinya orang-orang agar bekerja dengan sendirinya atau penuh kesadaran secara bersama-sama untuk mencapai tujuan yang dikehendaki secara efektif. Dalam hal ini, yang dibutuhkan adalah kepemimpinan (*leadership*). Artinya, kepemimpinan seseorang akan dinilai berhasil apabila ia dapat menjaga dengan baik norma-norma agama dan masyarakat secara sungguh-sungguh. Pemimpin yang baik adalah pemimpin yang dapat mengarahkan anak buahnya pada kebaikan sesuai dengan firman Allah SWT surat Al-Nahl ayat 125,<sup>27</sup>

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِبْهُمْ إِلَىٰ هِيَ أَحْسَنُ  
إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya:

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui

<sup>26</sup> Ibid., 100-101.

<sup>27</sup> Undang A. Kamaludin dan Muhammad Alfian, *Etika Manajemen Islam.*, 33.

*tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”*

d. Pengawasan

Pengawasan dalam pandangan Islam dilakukan untuk meluruskan yang tidak lurus, mengoreksi yang salah, dan membenarkan yang hak. Pengawasan dalam ajaran Islam, paling tidak terbagi menjadi dua hal, yaitu *pertama*, kontrol yang berasal dari diri sendiri yang bersumber dari tauhid dan keimanan kepada Allah Swt.. Seseorang yang yakin bahwa Allah pasti mengawasi hamba-Nya, maka ia akan bertindak hati-hati. *Kedua*, sebuah pengawasan akan lebih efektif jika sistem pengawasan tersebut juga dilakukan dari luar diri sendiri. Sistem pengawasan itu dapat terdiri atas mekanisme pengawasan dari pemimpin yang berkaitan dengan penyelesaian tugas yang telah didelegasikan, kesesuaian antara penyelesaian tugas dan perencanaan tugas, dan lain-lain.<sup>28</sup>

Pengawasan yang baik adalah pengawasan yang dibangun dari dalam diri orang diawasi dan dari sistem pengawasan yang baik. Sistem pengawasan yang baik tidak dapat dilepaskan dari pemberian *punishment* (hukuman) dan *reward* (imbalan). Jika seorang karyawan melakukan pekerjaannya dengan baik, maka karyawan tersebut sebaiknya diberi *reward*. Pengawasan akan berjalan dengan baik jika masing-masing manajer berusaha memberikan contoh terbaik kepada bawahannya.<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktek.*, 156-157.

<sup>29</sup> *Ibid.*, 158.

#### 4. Karakteristik Manajemen Syariah

Teori manajemen Islam bersifat *universal* dan komprehensif, dan memiliki karakteristik sebagai berikut:<sup>30</sup>

- a. Manajemen dan masyarakat memiliki hubungan yang sangat erat, manajemen merupakan bagian dari sistem sosial yang dipenuhi dengan nilai, etika, akhlak, dan keyakinan yang bersumber dari Islam.
- b. Teori manajemen Islam menyelesaikan persoalan kekuasaan dalam manajemen, tidak ada perbedaan antara pemimpin dan karyawan. Perbedaan level kepemimpinan hanya menunjukkan wewenang dan tanggung jawab. Atasan dan bawahan saling bersekutu tanpa ada pertentangan dan perbedaan kepentingan. Tujuan dan harapan mereka adalah sejenis dan akan diwujudkan bersama.
- c. Pegawai dan karyawan menjalankan pekerjaan mereka dengan keikhlasan dan semangat profesionalisme, mereka ikut berkontribusi dalam menetapkan keputusan, dan taat kepada atasan sepanjang mereka berpihak pada nilai-nilai syari'ah.
- d. Kepemimpinan dalam Islam dibangun dengan nilai-nilai *syura* (musyawarah) dan saling menasehati, dan para atasan bisa menerima kritik dan saran demi kemaslahatan masyarakat publik.

---

<sup>30</sup>Ahmad Ibrahim Abu Sinn, *Manajemen Syariah-Sebuah Kajian Historis dan Kontemporer* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008 ), 249.

## 5. Prinsip-prinsip Bisnis Rasulullah Saw. yang Universal

Kesuksesan Muhammad saw. dalam berbisnis dilandasi oleh dua hal pokok, yaitu kepribadian yang amanah dan terpercaya, serta pengetahuan dan keterampilan yang mumpuni. Dua hal pokok itu, amanah dan ilmu, pulalah yang telah menjadikan Nabi Yusuf mampu membangun kesejahteraan masyarakat, sebagaimana terdapat dalam Al-Qur'an,

قَالَ اجْعَلْنِي عَلَىٰ خَزَائِنِ الْأَرْضِ ۗ إِنِّي حَفِيظٌ عَلَيْم

“Berkata Yusuf: "Jadikanlah aku bendaharawan negara (Mesir); sesungguhnya aku adalah orang yang pandai menjaga, lagi berpengetahuan".” (Yusuf: 55)

Kedua hal tadi merupakan pesan moral yang bersifat universal yang uraiannya antara lain sebagai berikut:

### 1. *Shiddiq*

*Shiddiq* yaitu benar dan jujur, tidak pernah berdusta dalam melakukan berbagai macam transaksi bisnis.<sup>31</sup> Jika seorang pemimpin, ia senantiasa berperilaku benar dan jujur dalam sepanjang kepemimpinannya. Benar dalam mengambil keputusan-keputusan dalam perusahaan yang bersifat strategis, menyangkut visi/misi, dalam menyusun objektif dan sasaran serta efektif dan efisien dalam implementasi dan operasionalnya di lapangan. Sebagai pemimpin perusahaan, ia selalu jujur, baik kepada *company* (pemegang saham), *customer* (nasabah),

<sup>31</sup> Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktek.*, 54.

*competitor* (pesaing), maupun kepada *people* (karyawannya sendiri), sehingga bisnis ini benar-benar dijalankan dengan prinsip-prinsip kebenaran dan kejujuran.<sup>32</sup>

*Shiddiq* berarti memiliki kejujuran dan selalu melandasi ucapan, keyakinan, serta perbuatan berdasarkan ajaran Islam. Tidak ada kontradiksi dan pertentangan yang disengaja antara ucapan dan perbuatan. Oleh karena itulah, Allah memerintahkan orang-orang yang beriman untuk senantiasa memiliki sifat *shiddiq* dan juga dianjurkan untuk menciptakan lingkungan yang *shiddiq*. Sebagaimana firman Allah SWT.,

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar” (QS Al-Taubah [9]:119).<sup>33</sup>

Selain itu, dalam sebuah hadis Rasulullah SAW. bersabda, “Hendaklah kalian jujur (benar) karena kejujuran mengantarkan kepada kebaikan. Dan kebaikan akan mengantarkan ke dalam surga. Seseorang yang selalu berusaha untuk jujur akan dicatat oleh Allah sebagai orang jujur. Dan jauhilah oleh kamu sekalian dusta (*kidzib*), karena dusta itu akan mengantarkan kepada kejahatan. Dan kejahatan akan mengantarkan ke dalam neraka.

<sup>32</sup> Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006), 120-121.

<sup>33</sup> Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktek.*, 72-73.

*Seseorang yang selalu berdusta akan dicatat oleh Allah sebagai pendusta” (HR Al-Bukhari).*<sup>34</sup>

Dalam dunia bisnis, kejujuran bisa juga ditampilkan dalam bentuk kesungguhan dalam bentuk kesungguhan dan ketepatan (*mujahadah* dan *itqan*), baik ketepatan waktu, janji, pelayanan, pelaporan, mengakui kelemahan dan kekurangan (tidak ditutup-tutupi) yang kemudian diperbaiki secara terus-menerus, serta menjauhkan diri dari berbuat bohong dan menipu (baik kepada diri sendiri, teman sejawat, perusahaan maupun mitra kerja). Termasuk memberikan informasi yang penuh kebohongan adalah iklan-iklan di media tulis dan elektronik. Bisnis yang dipenuhi kebohongan dan manipulasi seperti ini insya Allah tidak akan mendapat rahmat dan barokah dari Allah SWT.<sup>35</sup>

## 2. *Istiqamah*

*Istiqamah* artinya konsisten dalam iman dan nilai-nilai yang baik meskipun menghadapi berbagai godaan dan tantangan. *Istiqamah* dalam kebaikan ditampilkan dengan keteguhan, kesabaran, serta keuletan, sehingga menghasilkan sesuatu yang optimal. *Istiqamah* merupakan hasil dari suatu proses yang dilakukan secara terus-menerus. Misalnya, interaksi yang kuat dengan Allah dalam bentuk shalat, zikir, membaca Al-Qur'an, dan lain-lain. Semua proses itu akan menumbuhkembangkan suatu sistem yang memungkinkan kebaikan, kejujuran, dan

---

<sup>34</sup> Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing.*, 123.

<sup>35</sup> Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktek.*, 73.

keterbukaan teraplikasikan dengan baik. Sebaliknya, keburukan dan ketidakjujuran akan tereduksi dan ternafikan secara nyata. Orang dan lembaga yang *istiqamah* dalam kebaikan akan mendapatkan ketenangan sekaligus mendapatkan solusi serta jalan keluar dari segala persoalan yang ada.

إِنَّ الَّذِينَ قَالُوا رَبُّنَا اللَّهُ ثُمَّ اسْتَقَامُوا تَتَنَزَّلُ عَلَيْهِمُ الْمَلَائِكَةُ أَلَّا تَخَافُوا

وَلَا تَحْزَنُوا وَأَبْشِرُوا بِالْجَنَّةِ الَّتِي كُنتُمْ تُوعَدُونَ (٣٠)

نَحْنُ أَوْلِيَاؤُكُمْ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَفِي الْآخِرَةِ ۗ وَلَكُمْ فِيهَا مَا تَشْتَهِي أَنْفُسُكُمْ

وَلَكُمْ فِيهَا مَا تَدَّعُونَ (٣١)

“*Sesungguhnya orang-orang yang mengatakan: "Tuhan kami ialah Allah" kemudian mereka meneguhkan pendirian mereka, maka malaikat akan turun kepada mereka dengan mengatakan: "Janganlah kamu takut dan janganlah merasa sedih; dan gembirakanlah mereka dengan jannah yang telah dijanjikan Allah kepadamu". Kamilah pelindung-pelindungmu dalam kehidupan dunia dan akhirat; di dalamnya kamu memperoleh apa yang kamu inginkan dan memperoleh (pula) di dalamnya apa yang kamu minta.*” (Fushshilat: 30-31)<sup>36</sup>

### 3. Amanah

*Amanah* artinya ‘dapat dipercaya, bertanggung jawab, dan kredibel’. *Amanah* bisa juga bermakna keinginan untuk memenuhi sesuatu sesuai dengan ketentuan. Diantara nilai-nilai yang terkait dengan kejujuran dan melengkapinya adalah *amanah*. Ia juga merupakan salah satu moral keimanan. Seorang pebisnis haruslah memiliki sifat *amanah*, karena Allah menyebutkan sifat

<sup>36</sup> Ibid., 73-74.

orang-orang mukmin yang beruntung adalah yang dapat memelihara amanat yang diberikan kepadanya. Allah SW. berfirman,

وَالَّذِينَ هُمْ لِأَمَانَاتِهِمْ وَعَهْدِهِمْ رَاعُونَ

“Dan orang-orang yang memelihara amanat-amanat dan janji-janjinya” (QS Al-Mu’minun [23]: 8).<sup>37</sup>

*Amanah* juga berarti memiliki tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. *Amanah* dapat ditampilkan dalam keterbukaan, kejujuran, dan pelayanan yang optimal, dan *ihsan* (berbuat yang terbaik) dalam segala hal. Allah SWT. berfirman,

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ

أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۚ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat” (QS Al-Nisa’ [4]: 58).<sup>38</sup>

Konsekuensi *amanah* adalah mengembalikan setiap hak kepada pemiliknya, baik sedikit ataupun banyak, tidak mengambil lebih banyak daripada yang ia miliki, dan tidak mengurangi hak orang lain, baik itu berupa hasil penjualan, *fee*, jasa atau upah buruh. Rasulullah SAW. bersabda, “Bahwa *amanah* akan

<sup>37</sup> Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*., 125.

<sup>38</sup> Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktek*., 75.

*menarik rezeki, dan sebaliknya khianat akan mengakibatkan kefakiran” (HR Al-Dailami).*

Sifat *amanah* ini akan membentuk kredibilitas yang tinggi dan sikap penuh tanggung jawab pada setiap individu Muslim. Kumpulan individu dengan kredibilitas yang tinggi akan melahirkan masyarakat yang kuat, karena dilandasi oleh saling percaya antar-anggotanya. Sifat *amanah* memainkan peranan yang fundamental dalam ekonomi dan bisnis, karena tanpa kredibilitas dan tanggung jawab, kehidupan ekonomi dan bisnis akan hancur.<sup>39</sup>

Integritas seseorang akan terbentuk dari sejauh mana orang tersebut dapat memelihara amanah yang diberikan kepadanya. Pebisnis yang baik adalah yang mampu memelihara integritasnya, dan integritas yang terpelihara akan menimbulkan kepercayaan (*trust*) bagi nasabah, mitra bisnis, dan bahkan semua *stakeholder* dalam suatu bisnis. Dari sinilah, bisnis yang didasarkan dengan nuansa syariah akan bangkit, sepanjang sifat-sifat Nabi Muhammad SAW. tadi menjadi jiwa dalam perilaku bisnisnya.<sup>40</sup>

#### 4. *Fathanah*

*Fathanah* dapat diartikan sebagai intelektual, ‘kecerdasan atau kebijaksanaan’. *Fathanah* berarti mengerti, memahami, dan menghayati secara mendalam segala hal yang menjadi tugas dan kewajibannya. Sifat *fathanah* ini akan menumbuhkan kreativitas

---

<sup>39</sup> Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing.*, 125-126.

<sup>40</sup> *Ibid.*, 127-128.

dan kemampuan untuk melakukan berbagai macam inovasi yang bermanfaat. Kreatif dan inovatif hanya mungkin dimiliki ketika seorang selalu berusaha untuk menambah berbagai ilmu pengetahuan dan informasi, baik yang berhubungan dengan pekerjaannya maupun perusahaan secara umum.<sup>41</sup>

Dalam bisnis, implikasi ekonomi sifat *fathanah* adalah bahwa segala aktivitas dalam manajemen suatu perusahaan harus dengan kecerdasan, dengan mengoptimalkan semua potensi akal yang ada untuk mencapai tujuan. Memiliki sifat jujur, benar, dan bertanggung jawab saja tidak cukup dalam mengelola bisnis secara profesional. Para pelaku bisnis syariah juga harus memiliki sifat *fathanah*, yaitu sifat cerdas, cerdik, dan bijaksana, agar usahanya bisa lebih efektif dan efisien serta mampu menganalisis situasi persaingan (*competitive setting*) dan perubahan-perubahan (*change*) di masa yang akan datang.

Kecerdasan yang dimaksudkan di sini adalah juga kecerdasan spiritual, seperti yang dikatakan Ary Ginanjar dalam bukunya yang sangat terkenal dan laris, yaitu: “kemampuan untuk memberi makna ibadah terhadap setiap perilaku kegiatan, melalui langkah-langkah dan pemikiran yang bersifat fitrah, menuju manusia seutuhnya (*hanif*), dan memiliki pola pemikiran tauhid (integralistik), serta berprinsip hanya karena Allah”.<sup>42</sup>

---

<sup>41</sup> Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktek.*, 74.

<sup>42</sup> Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing.*, 128-130.

## 5. *Tabligh*

Sifat *tabligh* artinya komunikatif dan argumentatif. *Tabligh* yaitu mampu berkomunikasi dengan baik. Istilah ini juga diterjemahkan dalam bahasa manajemen sebagai supel, cerdas, deskripsi tugas, delegasi wewenang, kerja tim, cepat tanggap, koordinasi, kendali, dan supervisi.<sup>43</sup> Orang yang memiliki sifat *tabligh* akan menyampaikannya dengan benar (berbobot) dan dengan tutur kata yang tepat (*bi al-hikmah*). Jika merupakan seorang pemimpin dalam dunia bisnis, ia haruslah menjadi seseorang yang mampu mengomunikasikan visi dan misinya dengan benar kepada karyawan dan *stakeholder* lainnya.

Alangkah mulianya jika dalam mengelola bisnis kita memiliki pemimpin, karyawan, atau pemasar yang bisa dipercaya karena kesalehan dan kejujurannya, yang dicintai karena kepribadian dan kecerdasannya, sehingga bisa menjadi panutan bagi siapa saja yang berinteraksi dengannya. Kata-katanya selalu menjadi rujukan dan didengarkan karena mengandung kebenaran dan memiliki makna yang dalam. Antisipasinya jauh ke depan, menjangkau masa yang akan dilalui suatu bisnis.<sup>44</sup>

Lebih dari itu, seorang pebisnis islami selain harus memiliki gagasan-gagasan segar, juga harus mampu mengomunikasikan gagasan-gagasannya secara tepat dan mudah

---

<sup>43</sup> Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktek.*, 56.

<sup>44</sup> Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing.*, 132-133.

dipahami oleh siapa pun yang mendengarkan. Dalam bahasa Al-Quran disebut dengan *bi al-hikmah*. Allah SWT. berfirman,

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ  
 إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah (*bi al-hikmah*) dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk” (QS Al-Nahl [16]: 125).

Di sini juga tersirat makna bahwa selain harus *bi al-hikmah* dan penyampaian yang baik, seorang pemimpin juga harus mampu berargumentasi, berdialog, dan berdiskusi dengan baik.

Sifat *tabligh* dengan bahasanya yang *bi al-hikmah*, artinya berbicara dengan orang lain dengan sesuatu yang mudah dipahaminya dan diterima oleh akalinya, bukan berbicara sesuatu yang sulit dimengerti. ‘Ali r.a. pernah mengatakan, “Ajaklah manusia berbicara dengan sesuatu yang mereka pahami, dan tinggalkan apa yang (tidak mereka mengerti). Apakah kamu ingin Allah dan Rasul-Nya didustakan?”

Termasuk dalam kategori *bi al-hikmah* adalah berdiskusi dan melakukan presentasi bisnis dengan orang lain dengan bahasa yang mudah dimengerti sehingga orang tersebut mudah memahami pesan bisnis yang ingin kita sampaikan. Allah berfirman,

وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَّسُولٍ إِلَّا بِلِسَانٍ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ

*“Kami tidak mengutus seorang rasul pun, melainkan dengan bahasa kaumnya, supaya dia dapat memberi penjelasan dengan terang kepada mereka”* (QS Ibrahim [14]: 4).

Pengertian ayat ini bukan sekadar bahwa orang-orang Cina hendaknya diajak bicara dengan bahasa Cina atau orang-orang Rusia harus menggunakan bahasa Rusia, tetapi maksud yang lebih dalam dari pemahaman ayat ini adalah bahwa orang-orang yang berpendidikan diajak berbicara dengan bahasa yang lebih ilmiah, orang-orang awam dengan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami, serta orang-orang bisnis dengan menggunakan bahasa bisnis.<sup>45</sup>

---

<sup>45</sup> Ibid., 134-135.