

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Kualitas Pelayanan

##### 1. Pengertian Kualitas

Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna. Orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan. Beberapa contoh definisi yang kerap kali dijumpai antara lain:<sup>1</sup>

- a. Kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan,
- b. Kecocokan untuk pemakaian,
- c. Perbaikan atau penyempurnaan berkelanjutan,
- d. Bebas dari kerusakan atau cacat
- e. Pemenuhan kebutuhan pelanggan semenjak awal dari setiap saat
- f. Melakukan sesuatu secara benar semenjak awal
- g. Sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas merupakan sebuah kata yang bagi penyedia jasa menjadi sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan baik sebagai pimpinan pasar atau sebagai strategi untuk terus tumbuh. Keunggulan dari suatu produk tergantung dari keunikan serta kualitas

---

<sup>1</sup> Triwibowo Soedjas dan Bau Aji Aritejo, *Merebut dan Mempertahankan Pelanggan; Kiat Medical Representative Meningkatkan Pasar Obat Ethical*. Yogyakarta: C.V Andi Offset. 2005. h. 2

yang diperlihatkan oleh jasa tersebut apakah sudah sesuai dengan keinginan pelanggan.

Kualitas salah satunya dapat dipahami sebagai segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan. Kualitas dapat diukur dengan parameter seperti, banyaknya keluhan pelanggan, banyaknya kesalahan, jumlah kunjungan, pencapaian target dan sebagainya. Menurut Fandy Tjiptono kualitas ditentukan atas dasar:<sup>2</sup>

- a. Nama terkenal
- b. Rekomendasi dari mulut kemulut
- c. Perbaikan dan penyempurnaan yang berkelanjutan
- d. Bebas dari kerusakan dan cacat
- e. Pemenuhan kebutuhan pelanggan sejak awal
- f. Melakukan sesuatu dengan benar sejak awal
- g. Memberikan sesuatu yang dapat membahagiakan pelanggan

## 2. Unsur – Unsur Kualitas

- a. Menetapkan tujuan yang jelas

Setiap perusahaan harus mempunyai tujuan yang spesifik dan jelas agar bisa berhasil dalam menetapkan kualitas. Bila visi dan tujuan organisasi ditetapkan dengan carmat dan didasarkan pada tuntutan pelanggan, maka organisasi yang bersangkutan dapat mencapai pertumbuhan dan profitabilitas yang besar.

---

<sup>2</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: CV. Andi Offset Gaspersz, 2008.

b. Memprakarsai atau meredefinisikan budaya organisasi

Budaya kualitas merupakan sistem nilai organisasi yang menghasilkan lingkungan yang kondusif bagi pembentukan dan perbaikan kualitas secara terus menerus. Budaya ini tercermin dalam karakteristik berikut :

- 1) Perilaku dengan slogan.
- 2) Masukan dari pelanggan secara aktif dikumpulkan dan digunakan untuk meningkatkan kualitas secara terus menerus.
- 3) Para karyawan dilibatkan dan diberdayakan.
- 4) Pekerjaan dilakukan dalam tim kerja.
- 5) Manajer level eksekutif ikut sertakan dan dilibatkan tanggung jawab kualitas tidak didelegasikan.
- 6) Manajemen puncak memberikan contoh dan panutan mengenai perilaku dan aktifitas yang sesuai dengan harapan organisasi.
- 7) Sumber daya yang memadai disediakan dimanapun dan kapanpun dibutuhkan, guna menjamin perbaikan kualitas secara terus menerus.
- 8) Pendidikan dan pelatihan diselenggarakan agar para karyawan pada semua jenjang memiliki pengetahuan, kemampuan, dan keterampilan yang dibutuhkan untuk meningkatkan kualitas secara terus menerus.
- 9) Sistem penghargaan dan promosi didasarkan pada kontribusi terhadap perbaikan kualitas secara terus menerus.
- 10) Rekan kerja dalam organisasi diperlakukan sebagai pelanggan Internal.
- 11) Pemasok diperlakukan sebagai mitra kerja.

c. Mengembangkan komunikasi yang efektif dan konsisten

Mendengarkan pelanggan merupakan cara yang efektif untuk mendapatkan pemahaman yang jelas dan akurat mengenai sasaran, tujuan, prioritas, dan kepuasan.

d. Melembagakan pendidikan dan pelatihan

Pelatihan sangat penting bagi setiap orang. Semakin baik seorang karyawan dilatih, maka akan semakin baik pula kinerjanya.

3. Pengertian Pelayanan

Pelayanan adalah suatu fasilitas yang diberikan perusahaan baik berupa produk maupun jasa. Setiap industri memiliki pelayanan yang berbeda-beda tergantung produk dan jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Baik perusahaan swasta maupun perusahaan negeri yang bergerak dibidang industri jasa ataupun produk mereka mempunyai pelayanan yang berbeda-beda, tetapi beberapa perusahaan tidak seluruhnya memperhatikan pelayanan kepada konsumen. Tiga strategi yang digunakan perusahaan di Selandia Baru. Yaitu, memperhatikan kualitas pelayanan merupakan pertimbangan penting bagi perusahaan bahwa manajemen mutu yang paling sering digunakan ialah pengendalian kualitas, pengukuran kualitas, dan manajemen pelayanan. Kualitas pelayanan adalah model yang menggambarkan konsumen dalam membuat harapan akan pelayanan dari masa lalu, promosi dari mulut ke mulut dan iklan yang membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima. Keseluruhan fitur dan sifat produksi atau pelayanan, yang berpengaruh kepada

kemampuan yang mampu memuaskan kebutuhan secara tersirat maupun tersurat.<sup>3</sup>

Bentuk-bentuk pelayanan dapat dikategorikan dalam 3 bentuk yaitu :<sup>4</sup>

- a. layanan dengan lisan : layanan dengan lisan dilakukan oleh petugas dibidang hubungan masyarakat, layanan informasi dan bidang lain yang tugasnya memberikan penjelasan atau keterangan kepada siapapun yang memerlukan.
- b. layanan dengan tulisan : layanan dengan tulisan merupakan bentuk layanan yang paling menonjol dalam pelaksanaan tugas. Tidak hanya dalam segi jumlah tetapi juga dalam segi perannya.
- c. layanan dengan perbuatan : dilakukan oleh sebahagian besar kalangan menengah dan bawah. Karena itu faktor keahlian dan keterampilan petugas tersebut sangat menentukan hasil perbuatan atau pekerjaan.

#### 4. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan yang maksimal dari perusahaan akan menciptakan nilai yang dirasa baik oleh konsumen. Perusahaan tidak bisa hanya mengandalkan fasilitas dan teknologi yang tersedia, melainkan bagaimana menciptakan kualitas pelayanan yang optimal.<sup>5</sup> Kualitas pelayanan sebagai kemampuan merencanakan, menciptakan, dan menyerahkan produk yang bermanfaat luar biasa bagi pelanggan. Kualitas pelayanan dirasakan oleh nasabah merupakan penilaian global, berhubungan dengan suatu transaksi spesifik, lebih abstraks dan eksklusif karena didasarkan pada persepsi-persepsi kualitas yang berhubungan dengan kepuasan serta komparasi harapan-harapan dengan persepsi-persepsi kinerja produk jasa bank, fleksibilitas respons perubahan permintaan pasar. Kualitas

---

<sup>3</sup> Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2008), 175.

<sup>4</sup> Gaperz, *Manajemen Kualitas Dalam Industri Jasa*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2004), h. 15

<sup>5</sup> Ujang Samarwan, dll, *Riset Pemasaran dan Konsumen* (Bogor; IPB Press, 2011), 234.

pelayanan merupakan ciri dari sifat pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan karyawan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan tersirat dalam diri pelanggan.<sup>6</sup>

#### 5. 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:

1) 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.

2) 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.

3) Bertanggung jawab kepada konsumen dari awal hingga selesai.

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

---

<sup>6</sup> Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), 91.

- 4) 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.

- 5) 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.

- 6) Berusaha memenuhi kebutuhan konsumen.

Petugas harus cepat tanggap apa yang diinginkan konsumen, mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan konsumen.

## 6. Pengukuran Kualitas Pelayanan

Terdapat berapa ciri-ciri yang baik dalam hal memuaskan konsumen, sebagai berikut:

- 1) Mempunyai karyawan yang profesional terkhusus mahir dalam bidangnya serta dapat berhadapan baik dengan konsumen.
- 2) Tersedianya sarana dan prasarana yang baik yang mampu menunjang kelancaran produk ataupun jasa kepada pelanggan secara tepat dan cepat.
- 3) Bertanggung jawab kepada konsumen.
- 4) Memberi jaminan atas setiap transaksi produk ataupun jasa kepada konsumen.

- 5) Memiliki pengetahuan baik atas produk dan jasa yang ditawarkan.
- 6) Memberi kepercayaan kepada konsumen sehingga konsumen percaya akan produk dan jasa yang ditawarkan.

Lima kriteria pokok dalam kualitas pelayanan antara lain:<sup>7</sup>

A. *Reliability* (kehandalan)

Kemampuan dalam melaksanakan pelayanan yang dijanjikan secara tepat dan terpercaya. Seperti kecepatan pelayanan, pelayanan yang ramah dan siap untuk menolong.

B. *Responsiveness* (daya tanggap)

kemampuan membantu konsumen dan memberi tanggapan. Seperti kemampuan perusahaan untuk cepat dan tanggap atas masalah yang timbul, kemampuan perusahaan dalam menghadapi keluhan dari konsumen.

C. *Assurance* (jaminan)

Pengetahuan, kesopanan karyawan serta mampu menciptakan kepercayaan dan keyakinan kepada konsumen. Seperti pengetahuan dan kecakapan karyawan dalam melakukan komunikasi yang efektif kepada konsumen.

---

<sup>7</sup> Johanes Suprpto, *Pengetahuan Tingkat Kepuasan Pelanggan* (Jakarta: PT Asdi Mahasatya, 2006), 228-231.



#### D. *Emphaty* (empati)

Kemampuan untuk peduli dan memberikan perhatian lebih kepada konsumen. seperti perhatian dan bertanggung jawab atas kenyamanan konsumen.

#### E. *Tangible* (berwujud/bukti langsung)

Tampilan fasilitas fisik, peralatan, personal dan media komunikasi. Seperti kebersihan dan kerapihan karyawan serta penataan interior dan exterior perusahaan.

### **B. Kualitas Pelayanan Islam**

#### 1. Pengertian Kualitas Pelayanan Islam

Menjual jasa atau layanan kepada orang lain diperbolehkan dalam ajaran islam. Sama halnya dengan penjualan barang dan komoditas, penjualan jasa diperbolehkan untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam kehidupannya. Sebagai makhluk sosial (*zoon politicon*) dan makhluk ekonomi (*home economicus*), manusia senantiasa membutuhkan jasa orang lain.<sup>8</sup>

Dalam pandangan islam, pelayanan merupakan segala sesuatu yang harus dilakukan dengan benar, rapi, tertib, teratur dan prosesnya harus baik segala sesuatu tidak boleh dilakukan secara asal-asalan. Sikap yang dibutuhkan dalam pelayanan adalah:<sup>9</sup>

- a) Sopan santun
- b) Berpengetahuan

---

<sup>8</sup> Idris, *Hadis Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2015) Cet.1, h. 218.

<sup>9</sup> Sopiah, *Manajemen Bisnis Ritel* (Yogyakarta: Andi, 2008), h. 252.

c) berusaha

Al-Qur'an telah mengajarkan kepada kita bahwasanya dalam memberikan pelayanan haruslah dengan sikap yang baik, sopan, lemah lembut dan tidak berlaku kasar agar terciptanya hubungan baik terhadap konsumen, sehingga konsumen dapat merasakan tingkat kepuasannya tersendiri, yang terdapat dalam Qur'an surat Ali-Imran ayat 159:

فِيمَا رَحِمَهُ مِنَ اللَّهِ لَنْتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۚ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ

فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ١٥٩

Artinya: “Maka, berkat rahmat Allah engkau (Nabi Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Seandainya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka akan menjauh dari sekitarmu. Oleh karena itu, maafkanlah mereka, mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam segala urusan (penting). Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang bertawakal”

Pada sebuah industri yang bergerak dibidang produk ataupun jasa, seorang pemasar hendaklah memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada para konsumen dengan sikap ramah, bertutur kata yang baik dan sopan, memerhatikan dengan betul apa yang dikehendaki oleh konsumen mereka merasa dipuaskan oleh pemasar. Hal ini ditegaskan di dalam Alquran Surat An-Nisa ayat 8 yang berbunyi:

وَإِذَا حَضَرَ الْقِسْمَةَ أُولُو الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينُ فَأَرْزُقُوهُمْ مِنْهُ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا - ٨

Artinya: Dan apabila sewaktu pembagian itu hadir beberapa kerabat anak-anak yatim dan orang-orang miskin, maka berilah mereka dari harta itu sekedarnya dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang baik.

Dari Surat An-Nisa dijelaskan bahwa seorang pemasar harus mampu berbicara dengan bahasa yang baik, lancar, dan menarik untuk mengambil hati konsumen sehingga konsumen merasa tertarik, dan ingin membeli barang atau jasa yang ditawarkan, dan selalu bersikap ramah, sopan, memperhatikan kebutuhan, dan juga keluhan para konsumen juga tentunya Hal ini dilakukan dengan hati tulus ikhlas dan mengharap Ridha Allah SWT.

Pelayanan merupakan rasa yang menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai keramahan dan kemudahan dalam memahami kebutuhan mereka. Sesuai dengan firman Allah SWT dalam Alquran Surat Ali-Imron ayat 159:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ؕ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ؕ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ

وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ - ١٥٩

Artinya: Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampun untuk mereka dan bermusyawarahlah dengan mereka

dalam urusan itu kemudian apabila engkau telah berbulatkan tekad maka bertawakal kepada Allah. sungguh Allah mencintai orang yang bertawakal.

Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Contohnya, penjual langsung berhadapan dengan pelanggan atau menetapkan harga dimana pelanggan dan konsumen sudah menyepakati harga. Tindakan yang dilakukan oleh penjual bertujuan untuk membeli kebutuhan dan keinginan pelanggan atas barang atau jasa yang mereka beli. Sehingga nantinya pelanggan dapat menilai sebuah pelayanan yang dikatakan baik atau buruk.<sup>10</sup> Pemberian jasa dalam islam:<sup>11</sup>

- a) Segala kegiatan yang dibutuhkan untuk menerima, memproses, menyampaikan, dan memenuhi pesanan pelanggan, dan untuk menindak lanjuti setiap kegiatan yang mengandung kekeliruan.
- b) Ketepatan waktu dan reliabilitas penyampaian produk atau jasa kepada pelanggan sesuai dengan harapan mereka.
- c) Serangkaian kegiatan yang meliputi semua bidang bisnis yang terpadu untuk menyampaikan produk-produk dan dipersepsikan memuaskan oleh pelanggan
- d) Penyampaian produk dan jasa yang dipesan pelanggan secara tepat waktu dan akurat dengan tindak lanjut dan tanggapan keterangan yang akurat, termasuk pengiriman tagihan tepat waktu. Penjualan jasa harus dilakukan dengan baik sehingga dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Menurut Rambat Lupiyoadi, pelayanan atau penjualan jasa yang baik adalah bagaimana

---

<sup>10</sup> Muhammad FerdY Pratama, *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di instagram Pada Mahasiswa FEBI UIN sts Jambi*, Skripsi UIN sts Jambi, (2018), hlm 230-31.

<sup>11</sup> Ibid

seseorang mengerti keinginan konsumen dan senantiasa memberikan nilai tambah dimata mereka. Untuk mencapai kinerja yang tinggi dalam pelayanan jasa, manajemen perusahaan jasa harus menyiapkan sumber daya manusia melalui training tentang bagaimana menghadapi permintaan konsumen, mengadakan komunikasi personal yang memberikan kesempatan bekerja sama dengan kualitas yang lebih baik. Pelayanan dan penjualan jasa yang baik sangat dianjurkan dalam islam sebagaimana tergambar dalam kasus Nabi Syu‘aib yang meminta Musa untuk bekerja kepadanya dan pada akhirnya ia menikahi salah seorang putrinya, sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur‘an surah Al-Qasas (28) : 26-27:

قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَا أَبَتِ اسْتَأْجِرْهُ إِنَّ خَيْرَ مَنِ اسْتَأْجَرْتَ الْقَوِيُّ الْأَمِينُ ٢٦

قَالَ إِنِّي أُرِيدُ أَنْ أُنكِحَكَ إِحْدَى ابْنَتَيَّ هَاتَيْنِ عَلَى أَنْ تَأْجُرَنِي ثَمْنِي حَبِجًّا فَإِنْ اتَّخَذْتَ عَشْرًا فَمِنْ عِنْدِكَ وَمَا

أُرِيدُ أَنْ أَسْقَى عَلَيْكَ سِنْدِيَّةً إِنْ شَاءَ اللَّهُ مِنَ الصَّالِحِينَ ٢٧

Artinya: “dan salah seorang dari kedua (perempuan) itu berkata, “Wahai Ayahku! jadikanlah ia sebagai pekerja (bagi kita), sesungguhnya orang yang paling baik yang engkau ambil sebagai pekerja (pada kita) ialah orang yang kuat dan dapat dipercaya. ”Dia (Syeikh Madyan) berkata: “Sesungguhnya aku bermaksud menikahkan engkau dengan salah seorang dari kedua anak perempuanku ini, dengan ketentuan bahwa engkau bekerja denganku selama delapan tahun dan jika engkau sempurnakan sepuluh tahun, maka itu adalah (suatu kebaikan) darimu, dan aku tidak bermaksud

memberatkan engkau. Insya Allah engkau akan mendapatiku termasuk orang yang baik”.

Salah satu sifat dari jasa atau pelayanan adalah diproduksi dan dikonsumsi pada saat yang bersamaan. Tidak seperti produk manufaktur di mana hasil produksi dapat disimpan, dibeli dan kemudian dikonsumsi. Oleh karena sifat itu, kepuasan pelanggan terhadap pelayanan sangatlah bergantung pada proses interaksi atau waktu dimana pelanggan dan penyedia jasa bertemu langsung. Karena sifatnya yang demikian, maka jasa harus diberikan oleh orang yang memenuhi syarat sehingga dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Salah satu syarat itu, menurut hukum ekonomi Islam adalah sudah dewasa dan cakap dalam melaksanakan tugasnya.<sup>12</sup>

Sebagaimana dalam hadits berikut :

Muhammad bin Wazir Al Wasithi menceritakan kepada kami, Ishaq bin Yusuf Al Azraq menceritakan kepada kami dari Sufyan dari Ubaidillah bin Umar Dari Nafi“, dari Ibnu Umar, ia berkata, “Aku pernah menawarkan diri untuk ikut dalam sebuah pasukan, saat itu aku baru berusia empat belas tahun, namun beliau tidak menerimaku. Kemudian, pada tahun berikutnya aku menawarkan diri kembali untuk ikut dalam sebuah pasukan, saat itu aku berusia lima belas tahun, dan beliau pun menerimaku. (HR. Ibnu Majah, No.2543)”<sup>13</sup>

Dari hadits tersebut dapat disimpulkan bahwasanya dalam memberikan pelayanan haruslah dilakukan oleh orang yang ahli dalam

---

<sup>12</sup> Ibid

<sup>13</sup> Muhammad Nashiruddin Al-Albani, *Shahih Sunan Tirmidzi*, alih bahasa oleh Fachrurazi, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2006), Bab 21, h. 387.

bidangnya diantaranya memiliki cukup umur, dikarenakan seorang anak-anak yang belum mukallaf tidak akan dapat memberikan pelayanan yang dapat menimbulkan kepuasan dikarenakan tidak ahli dalam bidangnya, misalnya dalam hal ini pemberian pelayanan tangible yakni bukti fisik seperti tukang parkir yang berkompeten dan ahli dalam hal mengatur ruang parkir hingga tidak menimbulkan ketidak teraturan. Pelayanan disini diartikan sebagai suatu aktifitas yang menyertai sebuah produk atau jasa, dimana kegiatan ini ditujukan untuk memberikan kemudahan dalam rangka meningkatkan kepuasan dalam penggunaan jasa yang ditawarkan. Memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan tidak lepas dari etika bisnis yang diterapkan suatu perusahaan, beberapa hal dalam menerapkan etika bisnis yang berkaitan dengan kualitas pelayanan yang baik, diantaranya:<sup>14</sup>

a) Memuliakan pelanggan atau mitra bisnis sebagai saudara

Pelanggan itu laksana raja, demikian motto yang sudah banyak pengikutnya, karena itu harus dimuliakan dalam arti tidak boleh dikecewakan, tidak boleh dirugikan, dan kepentingannya menjadi keniscayaan untuk diketahui dan diperhatikan. Dan inilah firman Allah dalam Q.S. Al-An‘Am (6) : 160 yang searah dengan prinsip tersebut :

مَنْ جَاءَ بِالْحَسَنَةِ فَلَهُ عَشْرُ أَمْثَالِهَا ۖ وَمَنْ جَاءَ بِالسَّيِّئَةِ فَلَا يُجْزَىٰ إِلَّا مِثْلَهَا وَهُمْ لَا يُظْلَمُونَ ۖ ١٦٠

Artinya : “Barang siapa membawa amal yang baik, Maka baginya (pahala) sepuluh kali lipat amalnya; dan Barangsiapa yang membawa perbuatan jahat Maka Dia tidak diberi pembalasan melainkan seimbang

---

<sup>14</sup> Hasan Aedy, *Teori Dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 72.

dengan kejahatannya, sedang mereka sedikitpun tidak dianiaya (dirugikan).”

b) Menawarkan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat

Menawarkan yang menjadi kebutuhan pelanggan, kebutuhan dalam arti sebenarnya, bukan kebutuhan yang meracuni kehidupan pelanggan, jadi bukan menawarkan rokok, minuman keras, atau semacamnya, yang semua orang tahu bahayanya bagi kesehatan, juga bukan menawarkan barang atau jasa untuk bermegah-megahan dan berlaku sombong, melainkan menawarkan barang dan jasa yang bermanfaat bagi konsumen. Hal ini terdapat dalam surat An-Nisa ayat 29:

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

إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۚ ٢٩

Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.<sup>15</sup>

c) Menawarkan barang atau jasa yang mendorong produktivitas

Setiap pelaku bisnis berpeluang untuk menawarkan barang atau jasa. Secara umum barang dan jasa yang tergolong kebutuhan sekunder dan tersier banyak yang bernuansa konsumtif dalam arti relatif. Relatif karena tergantung pula pada siapa, dan barang apa atau jasa apa yang

---

<sup>15</sup> Departemen Agama RI, al-Qur'an dan Terjemahannya, (Bandung: Fokusmedia, 2010), h. 150.



ditawarkan, apakah kelompok menengah ke bawah atau menengah ke atas. Disini tidak berarti bahwa kebutuhan sekunder dan tersier itu salah, karena yang salah adalah konsumen yang memaksakan diri untuk membeli walaupun dengan cara mencicil dengan sistem ribawi. Sistem ribawi hanya sebuah contoh yang tidak etis dalam bisnis, karena sifatnya yang merugikan, bahkan bertentangan dengan sekehendak Sang Pencipta. Allah berfirman dalam surat Al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ

مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ

وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ٢٧٥

Artinya: Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya.

d) Menawarkan cara bersaing sehat dengan pelaku bisnis lainnya

Dalam dunia yang penuh persaingan sang pelaku bisnis tidak boleh terlambat dalam bertindak, tetapi tidak boleh bermain kotor dengan sesama pelaku bisnis. Maksudnya adalah, dalam berbagai kiat ataupun

strategi yang dikembangkan didalam bisnis tidak akan pernah merugikan apalagi mematikan pelaku bisnis yang lain, islam mengajarkan untuk menjalankan ekonomi yang penuh persaudaraan.

- e) Menawarkan barang dan jasa yang halal Sebagaimana dalam firman Allah dalam surat Al-Baqarah ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ١٦٨

Artinya : “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”.

Dari ayat diatas telah jelas bahwasanya Islam mengajarkan dalam melakukan usaha bisnis haruslah usaha yang halal, baik halal dalam proses maupun halal dalam produk.

- f) Menawarkan barang dan jasa yang berkualitas Di dalam ajaran islam kualitas bisa berarti ukuran atau takarannya cukup. Dalam hal ini suatu perusahaan haruslah memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen yang menikmati produknya, sehingga konsumen dapat merasakan kepuasan.
- g) Menawarkan barang dan jasa yang tidak merusak lingkungan Perusahaan haruslah melakukan bisnis yang tidak akan menimbulkan kemudharatan bagi masyarakat sekitar. Menawarkan barang dan jasa yang bermanfaat sosial, bukan hanya menguntungkan secara pribadi.

- h) Menawarkan produk dan cara kerja yang menghemat sumber daya dan tidak menimbulkan maksiat.

## 2. Indikator Kualitas Pelayanan islam

ada enam karakteristik pelayanan dalam pandangan Islam yang dapat digunakan sebagai panduan, antara lain :<sup>16</sup>

- a) Jujur yaitu sikap yang tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ngada, fakta, tidak berkhianat serta tidak pernah ingkar janji. Hal ini sesuai dengan QS. Asy-Syu'ara/ 26: 181-183 :

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ () وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ () وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ

أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُمْسِدِينَ

Artinya: “Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu Termasuk orang- orang yang merugikan. Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan.”

- b) Bertanggung jawab dan terpercaya (Al-Amanah) yaitu suatu sikap dalam menjalankan bisnisnya selalu bertanggung jawab dan dapat dipercaya.
- c) Tidak Menipu (Al-Kadzib) yaitu suatu sikap yang sangat mulia dalam menjalankan bisnisnya adalah tidak pernah menipu. seperti praktek bisnis dan dagang yang diterapkan oleh Rasulullah SAW adalah tidak pernah menipu.

---

<sup>16</sup> Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press, 2009.

- d) Menepati janji dan tidak curang yaitu suatu sikap pebisnis yang selalu menepati janji baik kepada para pembeli maupun diantara sesama pebisnis.
- e) Melayani dengan rendah hati (khidmah) yaitu sikap ramah tamah, sopan santun, murah senyum, suka mengalah, namun tetap penuh tanggung jawab.
- f) Tidak melupakan akhirat yaitu ketika sedang menjalankan bisnisnya tidak boleh terlalu menyibukkan dirinya semata-mata untuk mencari keuntungan materi dengan meninggalkan keuntungan akhirat. sehingga jika datang waktu shalat, mereka wajib melaksanakannya sebelum habis waktunya.

Ditinjau Menurut Ekonomi Islam Indikator kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan dalam Islam:

- a) Dimensi Reliable (kehandalan)

Kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan secara terpercaya dan akurat, pelayanan akan dapat dikatakan reliabel apabila dalam perjanjian yang telah diungkapkan dicapai secara akurat, sehingga menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Dalam konsep ini Allah juga menghendaki setiap umatnya untuk menepati janji yang telah dibuat, sebagaimana dalam AlQur'an surat Al-Israa ayat 34:

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالْحَقِّ هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا

Artinya: “dan janganlah kamu mendekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih baik (bermanfaat) sampai ia dewasa dan penuhilah janji; Sesungguhnya janji itu pasti diminta pertanggung jawaban. Kontrak bisnis dan keuangan berkonsekuensi pada hak dan kewajiban para pihak dan pihak yang menerima tanggung jawab harus memenuhi kewajiban sebagaimana kesepakatan dalam kontrak, namun juga janji atau kesepakatan bersama. Salah satu ciri kemunafikan yang dijelaskan dalam syari’ah adalah bahwa mereka tak pernah memenuhi janji.

b) Responsiveness (daya tanggap)

Kesediaan atau kemauan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen. Dalam hal ini berkenaan dengan profesionalitas, seorang yang profesionalitas maka akan dapat memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat. Profesional berkaitan dengan profesi, yaitu bidang pekerjaan yang dilandasi pendidikan tertentu (keterampilan, kejujuran, dan sebagainya). Sebagaimana dalam Al-Qur’an surat Yusuf ayat 54-55:

وَقَالَ الْمَلِكُ اثْنُونِي بِهِ اسْتَحْلِصْنِي لِنَفْسِي فَلَمَّا كَلَّمَهُ قَالَ إِنَّكَ الْيَوْمَ لَدَيْنَا مَكِينٌ آمِينَ ٥٤

Artinya: “dan raja berkata: "Bawalah Yusuf kepadaKu, agar aku memilih Dia sebagai orang yang rapat kepadaku". Maka tatkala raja telah bercakap-cakap dengan Dia, Dia berkata: "Sesungguhnya kamu (mulai) hari ini menjadi seorang yang berkedudukan Tinggi lagi dipercayai pada sisi kami". berkata Yusuf: "Jadikanlah aku

bendaharawan negara (Mesir); Sesungguhnya aku adalah orang yang pandai menjaga, lagi berpengetahuan". untuk itu kepercayaan konsumen sebagai amanat hendaknya tidak disia-siakan dengan memberikan pelayanan secara profesional melalui pegawai yang bekerja sesuai keahliannya.

c) Assurance (jaminan)

Berkenaan dengan pengetahuan atau wawasan, kesopanan, santun, kepercayaan diri dari pemberi layanan, serta respek terhadap konsumen Apabila pemberi layanan menunjukkan sikap respek, sopan santun, dan lemah lembut maka akan meningkatkan persepsi positif dan nilai bagi konsumen terhadap perusahaan tersebut. Assurance ini akan meningkatkan kepercayaan, rasa aman, bebas dari resiko atau bahaya, sehingga membuat konsumen merasakan kepuasan. Dengan memberikan pelayanan yang menunjukkan kesopanan dan lemah lembut akan menjadikan jaminan rasa aman bagi konsumen dan berdampak positif bagi perusahaan, sesuai firman Allah dalam QS. Ali-Imran ayat 159:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ، وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ، فَاعْفُ عَنْهُمْ

وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ١٥٩

Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari

sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.

d) Empathy (empati)

Kemauan pegawai untuk peduli dan memberikan perhatian secara individu kepada konsumen, ditunjukkan melalui hubungan 61 komunikasi, memahami dan perhatian terhadap kebutuhan serta keluhan konsumen, sikap empati ditunjukkan melalui pemberian layanan informasi dan keluhan konsumen, melayani transaksi konsumen dengan senang hati, membantu konsumen ketika dirinya mengalami kesulitan. Hal ini akan mendatangkan kepuasan dan meningkatkan loyalitas konsumen. Sebagaimana dalam hadist Rasulullah SAW :

Artinya: Abu Kuraib menceeritakan kepada kami, Ishaq bin Sulaiman Ar-Razi menceritakan kepada kami dari Daud bin Qais, dari Zaid bin Aslam, dari Abu Shalih, dari Abu Hurairah, ia berkata, Rasulullah SAW bersabda, “Barang siapa yang memberi tempo (kelonggaran waktu) pembayaran utang kepada orang yang kesulitan atau membebaskannya, maka Allah akan menempatkannya dibawah naungan arsy-Nya pada hari Kiamat nanti, hari yang tidak ada naungan kecuali naungan-Nya”.

e) Tangibles (bukti fisik)

Pelayanan yang diberikan berupa bukti fisik seperti gedung, ruangan yang nyaman, serta sarana dan prasarana lainnya. Dalam konsep islam pelayanan yang berkaitan dengan tampilan fisik hendaknya tidak menunjukkan kemewahan, pernyataan ini sebagaimana dinyatakan dalam Al-Qur‘an surat Al-Isra ayat 26:

وَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ۚ ٢٦

Artinya: “dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.

### C. Etika Bisnis Islam

#### 1. Pengertian Etika Bisnis

Etika pada umumnya merujuk kepada perilaku baik buruk manusia. Etika merupakan dasar baik dan buruk yang menjadi referensi pengambilan keputusan seseorang dalam mengambil sebuah keputusan. Etika adalah cabang ilmu pengetahuan yang membahas manusia, berkaitan dalam seluruh kehidupan manusia.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> Ahmad Kamaludin, Muhammad Alfian, *Etika Manajemen Islam*, (Bandung:Pustaka Setia, 2010), 100.



Etika bukan hanya larangan-larangan normatif, tetapi lebih merupakan puncak akomodasi kemampuan operasionalisasi intelegensi manusia. Etika juga disebut dengan sistem filsafat yang mempertanyakan gerak manusia berkaitan dengan tanggung jawab dan kewajibannya.<sup>18</sup> Dengan kata lain, etika tidak dapat menjadikan manusia baik tetapi dapat membuka matanya untuk melihat baik dan buruk maka etika tidak digunakan kalau tidak mempunyai kehendak untuk menjalankan perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya.

Sedangkan bisnis adalah usaha yang dijalankan yang tujuan utama adalah keuntungan.<sup>19</sup> Etika bisnis adalah seperangkat aturan moral yang berkaitan dengan baik dan buruk, benar dan salah, bohong dan jujur. Etika dimaksud untuk mengendalikan perilaku manusia dalam menjalankan aktivitas bisnis. Yakni menjalani pertukaran barang atau jasa serta uang yang saling menguntungkan untuk memperoleh keuntungan.<sup>20</sup>

Etika bisnis menjadi salah satu bagian dari dunia bisnis juga banyak diterangkan dalam Al-Quran, yang mana Al-Quran merupakan sumber utama umat Islam khususnya dan manusia umumnya dalam menjalankan bisnis sesuai dengan syariat Islam.<sup>21</sup> Etika bisnis merupakan studi yang dikhususkan membahas mengenai moral yang benar dan salah, studi ini berkonsentrasi pada standar moral sebagai penerapan dalam kebijakan, institusi dan perilaku bisnis. Standart etika bisnis tersebut diterapkan ke dalam sistem dan organisasi yang digunakan

---

<sup>18</sup> Mohammad, Paradikma, *Metodologi & Aplikasi Ekonomi Syariah*. (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2008) ,52

<sup>19</sup> Kasmir Dan Jakfar, *Studi kelayakan Bisnis*. ( Jakarta: Kencana, 2012), 7.

<sup>20</sup> Idri, *Hadis Ekonomi Ekonomi Dalam Persepektif Islam Hadis Nabi. Cet I*, (Jakarta: Kencana , 2015),326.

<sup>21</sup> Arifin Johan, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), 131.

masyarakat modern untuk memproduksi dan mendistribusikan barang dan jasa serta diterapkan kepada anggota yang ada di dalam organisasi.<sup>22</sup>

## 2. Etika Bisnis Islam

Etika Bisnis Islam adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuk yang dibatasi, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan harta. Dalam arti, Pelaksanaan bisnis harus berpegang pada ketentuan syariat aturan-aturan dalam Al-quran dan hadis. Dengan kata lain, syariat merupakan nilai utama yang paling strategis dan taktis bagi pelaku ekonomi (bisnis).<sup>23</sup> Etika bisnis menurut Ali Hasan adalah Akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam sehingga dalam menjalankan bisnisnya tidak perlu kekhawatiran sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar.<sup>24</sup>

Etika bisnis merupakan proses atau upaya guna mengetahui hal yang benar dan hal yang salah, selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan, unit usaha dengan pihak yang berkepentingan dengan peraturan yang berlaku pada unit usaha.<sup>25</sup> Etika bisnis islam merupakan nilai-nilai etika islam dalam bisnis yang disajikan dengan perspektif Al-quran dan hadis yang bertumpu pada beberapa prinsip. Yaitu: kebenaran, kepercayaan, ketulusan, persaudaraan, pengetahuan, dan keadilan.<sup>26</sup>

---

<sup>22</sup> Veithzal Rivai, dkk, *Islamic Business an Economic Ethichs*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), 12.

<sup>23</sup> *Ibid.*, 13.

<sup>24</sup> Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah Kaya di Dunia Terhormat di Ahirat*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2009), 171.

<sup>25</sup> Aziz, Abdul. *Etika Bisnis Perspektif Islam*. (Bandung : Alfabeta, 2013.), 35.

<sup>26</sup> Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang : Walisongo Press, 2009), 74.

Ajaran Islam memberikan pedoman berupa norma-norma atau etika untuk menjalankan bisnis agar pelaku bisnis benar-benar konsisten dan memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi. Etika bisnis dalam pandangan agama Islam yaitu memiliki etika yang senantiasa memelihara kejernihan aturan agama yang jauh dari keserakahan dan egoisme. Ketika etika ini diimplikasikan secara baik dalam setiap kegiatan usaha maka usaha yang dijalankan menjadi jalan yang membentuk sebuah masyarakat yang makmur dan sejahtera. Islam juga memandang tentang etika yakni langkah penting pertama dalam menentukan kaidah perilaku ekonomi dalam masyarakat Islam. Pandangan Islam mengenai proses kehidupan tampak unik karena bukan saja memperhatikan utamanya pada norma dan etika melainkan juga karena kelengkapannya.<sup>27</sup>

Norma-norma atau etika spiritual yang tinggi, iman yang mulia, merupakan kekayaan yang tidak habis dan sebagai pusaka yang tidak akan pernah sirna. Dalam Etika Bisnis Islam kegiatan bisnis tidak boleh lepas dari nilai keislaman yang telah tertuang dalam hukum perdata Islam dan selalu menjunjung tinggi etika bisnis.<sup>28</sup>

Harta yang halal dan berkah niscaya akan menjadi harapan bagi pelaku bisnis muslim. kehalalan dan keberkahan itulah yang akan mengantarkan manusia pemilik beserta keluarganya menuju ke gerbang kebahagiaan dan kesejahteraan di dunia maupun di akhirat. Kemaslahatan yang hendak dicapai bersifat umum dan universal. Upaya yang dilakukan dalam meraih keberkahan

---

<sup>27</sup> M. Dawam Rahardjo, *Etika Dan Ilmu Ekonomi Suatu Sintesis Islam*. (Bandung : Mizan, 1991), 74.

<sup>28</sup> Ismail Nawawi, *Fiqh Muamalah : Hukum Perdata Islam dan Perilaku Ekonomi Islam*, (Surabaya : Pustaka VIV Grafika, 2009), 39

bagi seorang pelaku bisnis harus memperhatikan beberapa prinsip etika yang telah digariskan dalam Islam.<sup>29</sup>

### 3. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

#### 1) Kesatuan (Unity)

Kegiatan bisnis pada aspek produksi, konsumsi, perdagangan, pertukaran, dan distribusi pada prinsip atau tujuan *ilahiyyah*.<sup>30</sup> Kesatuan merupakan cerminan dari konsep tauhid yang merupakan dimensi vertikal Islam. Konsep tauhid menggabungkan semua aspek yang berbeda-beda dalam kehidupan muslim, yakni ekonomi, politik, agama, dan sosial, serta menekankan gagasan mengenai konsistensi dan keteraturan. Konsep kesatuan ini merupakan konsep yang paling mendalam pada diri seorang muslim karena seorang muslim memandang apapun didunia sebagai milik Allah SWT, karena hanya Allah SWT yang Maha Kuasa dan Maha Esa, karena ia percaya bahwa hanya Allah semata yang dapat menolong. Pengaruh paling besar bahwa kaum Muslim akan mentaati dan melaksanakan hukum Allah SWT.<sup>31</sup>

Penerapan konsep keesaan ini, seorang pengusaha Muslim tidak akan berbuat:

- a) Diskriminatif terhadap pekerja, pembeli, pemasok atau siapapun pemegang saham perusahaan atas dasar ras, jenis kelamin atau agama.

---

<sup>29</sup> Djakfar, *Etika Bisnis Islami : Tataran Teoritis dan Praktis*, (Malang : UINMaliki Press, 2008), 34 - 40.

<sup>30</sup> Muslich, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta : Ekonisia, 2004), 30 - 32.

<sup>31</sup> Beekun, Rafik Isa, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2007), 34.

- b) Dapat dipaksa untuk berbuat tidak etis, karena hanya takut dan cinta kepada Allah SWT.
- c) Menimbun kekayaan dengan penuh keserakahan karena konsep amanah sangat penting bagi seorang Muslim dan semua harta hanya bersifat sementara maka harus digunakan dengan bijaksana.

## 2) Keseimbangan (*Equilibrium*)

Keseimbangan atau a'dl menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam dan berhubungan dengan segala sesuatu di alam semesta. Hukum dan keteraturan yang kita lihat di alam semesta merefleksikan konsep keseimbangan yang rumit.<sup>32</sup>

Penerapan konsep keseimbangan ini sebagai contoh bahwa Allah SWT memperingatkan bagi para pengusaha muslim untuk menyempurnakan takaran. Sangat menarik untuk mengetahui makna adl adalah keadilan atau kesetaraan titik secara keseluruhan Islam ingin mengekang kecenderungan sikap serakah manusia dan kecintaannya untuk memiliki barang-barang.<sup>33</sup>

Prinsip keseimbangan mengantarkan pencegahan terhadap segala bentuk pemusatan ekonomi pada suatu kelompok sehingga manusia harus menyalurkan harta kekayaan untuk kepentingan umum. Keseimbangan dipelihara dengan kontrol harga dari pemerintah dan melakukan langkah-langkah untuk menjamin agar kebutuhan pokok dapat diperoleh dengan mudah oleh masyarakat. Kehendak bebas manusia dalam rangka

---

<sup>32</sup> Muhammad. *Etika Bisnis Islami*. (Yogyakarta : Akademi Manajemen Perusahaan YKPN 2004), 55.

<sup>33</sup> Beekun, Rafik Isa, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2007), 37.

menetapkan tauhid dan keseimbangan disertai tanggung jawab sebagai individu dan masyarakat.<sup>34</sup>

### 3) Kehendak bebas (*Free will*)

Kebebasan merupakan bagian terpenting dalam nilai Etika Bisnis Islam tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. kepentingan individu dibuka lebar, tidak ada batasan pendapat bagi seorang untuk mendorong manusia agar terus menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tak terbatas. Karena adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakat melalui zakat infak, dan sedekah.<sup>35</sup>

Penerapan konsep kehendak bebas dalam Etika Bisnis Islam ialah manusia memiliki kebebasan untuk membuat kontrak dan menepatinya ataupun mengingkarinya. seorang muslim yang telah menyerahkan hidupnya pada kehendak Allah SWT akan menepati semua kontrak yang telah dibuat.<sup>36</sup>

### 4) Tanggung jawab (Responsibility)

Islam sangat menekankan pada konsep tanggung jawab, walaupun tidak berarti mengabaikan kebebasan individu, hal ini berarti bahwa yang dikehendaki ajaran Islam adalah kebebasan yang bertanggung jawab. Manusia harus berani mempertanggung jawabkan segala pilihannya tidak saja di hadapan manusia bahkan yang paling terpenting adalah di hadapan Allah SWT. Manusia mampu melepaskan tanggung jawab perbuatannya

---

<sup>34</sup> M Quraish Shihab, *Wawasan Al-Quran*, (Bandung : Mizan Pustaka, 2007), 408 - 412.

<sup>35</sup> Aziz, Abdul. *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung : Alfabeta 2013) 46.

<sup>36</sup> Beekun, Rafik Isa, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2007), 39.

yang dapat merugikan manusia lain, namun kelak tidak akan pernah lepas dari tanggung jawab dihadapan Allah SWT yang Maha Mengetahui.<sup>37</sup>

Konsep tanggung jawab dalam Islam paling tidak karena dua aspek. *Pertama*, tanggungjawab yang menyatu dengan status kekhalifahan sebagai wakil Allah SWT di muka bumi. *Kedua*, konsep tanggung jawab yang bersifat sukarela tanpa paksaan. Dengan demikian prinsip ini membutuhkan pengorbanan dengan tidak berkonotasi menyengsarakan, berarti manusia yang bebas disamping harus sensitif terhadap lingkungan, pemenuhan terhadap tuntunan keadilan dan kesatuan yang dilakukan manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya. Penerapan konsep tanggung jawab dalam Etika Bisnis Islam seperti, seorang pengusaha muslim bertindak secara tidak etis, maka pengusaha tersebut tidak dapat menyalahkan tindakannya pada persoalan tekanan bisnis, ataupun pada kenyataan bahwa setiap orang juga berperilaku tidak etis. pengusaha harus memikul tanggung jawab yang tinggi atas tindakan tersebut.<sup>38</sup>

##### 5) Kebenaran (Ihsan)

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran, mengandung pula dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap, dan perilaku benar meliputi proses transaksi, proses mencari, dan proses memperoleh komoditas maupun menetapkan keuntungan. Dengan prinsip

---

<sup>37</sup> Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis Islami : Tataran Teoritis dan Praktis*. (Malang : UIN-Maliki Press. 2008), 67 - 68.

<sup>38</sup> Beekun, Rafik Isa, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2007), 42.

kebenaran ini maka Etika Bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi kerjasama, Atau perjanjian dalam bisnis.<sup>39</sup>

Tauhid menghasilkan keyakinan untuk tidak mengejar keuntungan material semata tetapi keuntungan yang lebih kekal dan abadi. Eksploitasi dalam segala bentuk dan penipuan terhubung terhadap sesama manusia harus dihindari sebagai perwujudan prinsip kesatuan.

---

<sup>39</sup> Aziz, Abdul. *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung : Alfabeta 2013, 47.