BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pelayanan

1. Pengertian Pelayanan

Pelayanan merupakan suatu kegiatan yang bermanfaat dengan melibatkan antar manusia yang bertujuan untuk memuaskan para pelanggan atau nasabah dengan baik.

Para ahli mengartikan pelayanan sebagai berikut:

a. Philip Kotler mendefinisikan bahwa pelayanan merupakan kegiatan yang bermanfaat atau memberikan sesuatu keada pihak lain untuk memuaskan kebutuhan dan mewujudkan keinginan yang tidak menimbulkan kepemimpinan apapun pada penerimanya.[1]
b. Albercht mendefinikan dalam bukunya Lovelock pelayanan merupakan pendekatan dalam organisasi untuk menjadikan kualitas pelayanan yang diterima jasa sebagai kekuatan penggerak utama dalam berbisnis.[2]
c. H. N. Casson mengemukakan pelayanan merupakan suatu tindakan yang dikerjakan untuk mencari petunjuk, menyenangkan serta memberikan keuntungan kepada pembeli dengan tujuan peningkatan nama baik dan penjualan.[3]

---

[1] Nashar, *Kualitas Pelayanan Akan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat* (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2020) 39.
[2] Sedarmayanti, *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja* (Bandung: Mandar Maju, 2010) 22.
[3] Freddy Rangkuti, *Customer Care Excellent Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima Plus Analisis Kasus Jasa Raharja* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2017) 46.

d. Barata mengartikan pelayanan merupakan kegiatan atau tata cara dalam berinteraksi secara langsung antar seseorang manusia atau mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan kepada pelanggan.[4]

2. Proses Pelayanan

Menurut Gondroos Pelayanan adalah suatu proses untuk menuju baik.[5] Proses tersebut dibagi menjadi 3 kelompok yaitu:

a. *Core Service*

Core Service merupakan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sebagai produk utamanya. Seperti bank menawarkan pelayanan dalam bentuk *offline* dan *online*.

b. *Facilitating Service*

Facilitating Service merupakan pelayanan yang dinilai sebagai tambahan. Seperti pelayanan pada *mobile banking* yang dapat diakses selama 24 jam.

c. *Supporting Service*

Supporting Service merupakan pelayanan tambahan secara khusus yang tidak dimiliki oleh perusahaan lain. Misalnya *mobile banking*.[6]

3. Karakteristik Pelayanan

Pelayanan secara garis besar memiliki karakteristik seperti yang dikemukakan oleh fandy tjijptono yaitu:

[4] A. Atmadjati, *Layanan Prima dalam Praktik Saat Ini* (Yogyakarta: Deepublish, 2018) 77.
[5] Ibid, 52.
[6] M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar - Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2016) 213.

a. Ingtangbility

Pelayanan tidak memiliki wujud atau tidak bisa dilihat, tidak bisa didengar, tidak bisa diraba dan tidak dapat dicium sebeleum adanya interaksi pembelian.

b. Inseparability

Inseparability merupakan pelayanan yang tidak dapat dipisahkan dari sumbernya, jika sumber tersebut adalah orang atau mesin maka produk fisik yang berwujud tetap dinyatakan ada.

c. Variability

Pada karakteristik ini memiliki arti keberagaman atau standarisasi setiap jasa memiliki perbedaan satu sama lain.

d. Perishability

Karakteristik perishability merupakan pelayanan yang tidak bisa bertahan lama. Pelayanan akan berubah – ubah setiap waktu.[7]

4. Dimensi Pelayanan

Dimensi kualitas pelayanan menurut Fandy Tjiptono terdapat menjadi Lima dimensi, yaitu:

a. *Tangibles* (Bukti secara langsung)

Tangibles adalah suatu kemampuan perusahaan maupun lembaga yang memberikan pelayanan dalam bentuk fisik. Seperti: gedung yang bersih, nyaman dan penampilan karyawan yang mampu memberikan daya tarik konsumen, aman dan damai.

[7] Fandy Tjiptono, *Service, Quality and Satisfaction* (Yogyakarta: ANDI, 2014) 13.

b. *Reability* (Keandalan)

Reability adalah suatu kemampuan perusahaan maupun lembaga yang memberikan pelayanan secara menjanjikan. Dalam hal ini pelayanan yang menjanjikan yaitu mampu memberikan informasi secara tepat dan handal agar dapat membantu konsumen dalam menyelesaikan suatu masalah.

c. *Responsiveness* (Ketanggapan)

Responsiveness adalah suatu kemampuan yang dilakukan lembaga maupun perusahaan untuk meningkatkan kesiapan serta kecepatan karyawan dalam menanggapi masalah konsumen. Semakin tinggi kecepatan daya tanggap dalam memecahkan masalah, konsumen semakin puas dan merasa lebih diperhatikan oleh perusahaan.[8]

d. *Assurance* (Jaminan)

Assurance adalah suatu kemampuan yang dimiliki perusahaan dalam memberikan pelayanan yang menimbulkan sifat kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Konsumen percaya sepenuhnya terhadap perusahaan karena atas pelayanan yang diberikan dengan jaminan ramah, nyaman, sopan dan keamana.

e. *Emphaty* (Empati)

Emphaty merupakan suatu kemampuan perusahaan dalam menangani masalah konsumen yang memberikan sifat perhatian kepada konsumen. Seperti, memberikan hubungan interaksi khusus terhadap

[8] Christopher Lovelock, *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi Strategi* (Jakarta: Erlangga, 2012) 153.

konsumen melalui tatap muka maupun melalui media sosial agar dapat memberikan solusi kepada konsumen.[9]

5. Pelayanan dalam Islam

Produk dan jasa merupakan suatu yang tidak jauh dari kualitas pelayanan yang dapat memberikan manfaat yang baik bagi konsumen. Oleh karena itu dalam hal ini jika suatu pelayanan memberikan kebaikan bagi sesama. Allah SWT berfirman dalam al-Qur'an surat Al-Imran ayat 159, yang berbuyi:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۖ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۖ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

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 maafkanlah 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". (QS. Al-Imran ayat: 159).[10]

Pada ayat di atas memberikan pelajaran kepada setiap individu maupun kelompok agar menggunakan sikap yang lemah lembut kepada sesama, bersikap kasar atau tidak menerapkan kenyamanan bagi sesama tentunya sangat tidak dianjurkan dalam Islam. Oleh karena itu dalam melakukan sebuah pelayanan harus sepenuhnya diberikan yang baik dan sopan kepada konsumen agar merasa aman dan damai.

---

[9] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen* (Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2019) 44.
[10] Kementerian Agama RI, *Al-Quran Transliterasi Per Kata dan Terjemahan Per Kata*., 17.

Kualitas pelayanan dalam islam dilandasi oleh beberapa hal yang meliputi kepribadian yang dimiliki perusahaan agar amanah dan terpercaya pada konsumen atas perilaku dan sifatnya. Oleh karena itu dalam islam kualitas pelayanan memberikan artikulasikan pada sifat Rasullallah SAW, yaitu:

a. *Shiddiq*

Shiddiq merupakan sifat para Nabi dan Rosul yang berarti jujur atau benar. sifat ini dapat digunakan dalam indikator jujur dan benar dalam setiap perbuatan, perkataan serta perjanjian. Dalam segi bisnis di kenal dengan istilah berjualan dengan jujur sepesifikasi barang yang ditawarkan agar sesuai yang diharapkan pembeli.

b. *Amanah*

Amanah secara umum berarti bertanggung jawab terhadap apa yang dibawanya, menepati janji, melaksanakan perintah, menunaikan keadilan, memberi hukum yang sesuai dan dapat menjalankan sesuatu sesuai kesepakatan. [11]

c. *Tabligh*

Tabligh merupakan salah satu sifat Nabi Muhammad SAW yang wajib ditiru ini adalah termasuk menyampaikan kebenaran kepada seluruh manusia yang juga masih terkait dengan sifat jujur

d. *Fathonah*

Para Nabi dan Rasul memiliki sifat cerdas, maksudnya adalah akalnya cerdas, sehat pikirannya, hatinya tulus, dan tajam perasaannya.

[11] Zaidah Kusumawati, *Ensiklopedia Nabi Muhammad SAW Sebagai Utusan Allah* (Jakarta: Lentera Abadi, 2011), 34.

Sifat cerdas diterapkan Rasulluah SAW dalam momentum dan strategi marketing untuk menarik konsumen. Indikator dari sifat menyampaikan yaitu memberikan nasihat terhadap orang lain dan tetap berpegang teguh terhadap perintah Allah SWT. [12]

B. Jumlah Nasabah

1. Pengertian Nasabah

Nasabah adalah pelanggan yang merupakan seorang individu maupu perusahaan yang memperoleh manfaat pada produk maupun jasa yang diberikan oleh lembaga keuangan. Manfaat yang diperoleh yaitu pembelian, penyewaan dan pelayanan jasa pada produk yang ditawarkan.**[13]**

Pasal 1 ayat 17 UU. No. 10 Tahun 1998 Nasabah merupakan pengguna maupun pihak utama yang dapat menggunakan produk atau jasa lembaga keuangan dan berperan penting dalam proses transaksi.

Menurut para ahli mendefinisikan nasabah sebagai berikut:

a. Komaruddin berpendapat bahwa nasabah merupakan seorang maupun perusahaan yang mempunyai hak atas rekening, deposito, tabungan dan serupa lainnya pada sebuah bank.[14]
b. Tjiptono mendefinisikan nasabah sebagai orang yang membeli dan menggunakan suatu produk dan jasa pada sebuah perusahaan.[15]

---

[12] Mustafa Kamal Rokan, *Bisnis Ala Nabi: Teladan Rasulullah SAW dalam Berbisnis* (Yogyakarta: Bunyan, 2013), 12.
[13] Mislah Hayati Nasution, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah terhadap Internet Banking', *Jurnal Nisbah*, 1.1 (2015), 65.
[14] Rudy Haryanto, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran Bank* (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2020), 44.
[15] Dwi Perwitasari Wiryaningtyas, "Pengaruh Keputusan Nasabah dalam Pengambilan Kredit pada Bank Kredit Desa Kabupaten Jember", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Growth*, 14. No. 2 (2016), 50.

c. Kasmir mendefisnisikan, nasabah adalah konsumen atau pelanggan yang membeli dan menggunakan produk yang ditawarkan oleh bank.[16]

Nasabah diartikan sebagai konsumen yang memiliki rekening simpanan dan tabungan pada bank. Selain itu nasabah dapat memeperoleh fasilitas yang diberikan oleh bank seperti melakukan transaksi, transfer maupun menyimpan dana.

2. Jenis Nasabah

Ada 2 jenis nasabah dalam perbankan, antara lain:

a. Nasabah Debitur, yaitu nasabah yang mendapatkan fasilitas pinjaman maupun pembiayaan sesuai dengan prinsip syariah
b. Nasabah penyimpan, yaitu nasabah yang memperoleh dana dari bank dalam bentuk simpanan yang dipergunakan sesuai dengan perjanjian dan berdasarkan prinsip syariah.[17]

C. Manajemen Pelayanan Syariah

1. Pengertian Manajemen Pelayanan Syariah

Manajemen memiliki arti mengatur, yang mengatur suatu kegiatan secara menyeluruh agar dapat dilakukan atau berjalan dengan tepat, baik dan tuntas secara rapi. Kata manajemen diambil dari bahasa latin yaitu kata *manus* yang memiliki arti tangan dan *agree* yang memiliki arti melakukan. Jika digabungkan menjadi kata *managere* yang berarti menangani. *Managere* berasal dari bahasa inggris yang menunjukan kata kerja *to*

[16] Sonny Koeswara, "Analisis Besarnya Pengaruh Kinerja Pelayanan (Service Performance) Frontliner dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Prioritas PT. BCA Tbk Cabang Permata Buana dengan Pendekatan Metode Regresi Linear Multiple", *Jurnal Pasti*, 8. No. 1 (2013), 3.
[17] Abd. Shomad, Trisadini P. Usanti, *Hukum Perbankan* (Depok: Kencana, 2017), 17.

manage dan kata benda *management*. Orang yang melakukan suatu kegiatan disebut dengan *manager*. Sehingga *management* diartikan dalam bahasa Indonesia yaitu pengelola. Sedangkan manajemen syariah diambil dari kata *idarah* yang berarti suatu kegiatan maupun aktifitas manusia yang mempunyai pimpinan agar dapat mengelola serta mengarahkan suatu kegiatan agar berjalan dengan baik, tepat dan sampai pada tujuan.[18]

Taylor mendefinisikan manajemen dalam bukunya Viethzal Rivai bahwa manajemen merupakan sebuah organisasi yang memiliki tujuan, pemimpin yang dapat menggerakkan dan mengelola kegiatan.[19] Karena pada dasarnya jika suatu kegiatan agar berjalan dengan baik dan tepat sesuai apa yang diinginkan harus ada salah satu anggota dalam suatu organisasi tersebut untuk menjadi pemimpin yang menggerakkan anggota-anggotanya sebagai upaya memiliki tujuan bersama.

Pelayanan sudah melekat dan menjadi penentu pada perusahaan atau lembaga agar memberikan suatu kesan yang baik pada pelanggan. Tanpa adanya pelayanan yang baik, pelanggan belum tentu berminat atau tertarik pada perusahaan tersebut. Oleh karena itu dibutuhkan produk yang menarik agar pelanggan memiliki rasa penasaran dan keinginan untuk membeli produk tersebut. Pelanggan akan lebih tertarik pada perusahaan lain jika pada produk tersebut memiliki kesan yang kurang menarik pada pelanggan sehingga dapat menurunkan citra serta daya tarik pada pelanggan lain.[20]

---

[18] Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah* (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2014), 68.
[19] Veithzal Rivai, *Islamic Banking Sebuah Teori Konsep dan Aplikasi* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2010), 472.
[20] Mirwan, 'Sistem Pelayanan Bank Syariah dan Bank Konvensiona', *Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah dan Sosial Budaya Islam*, 03. 1, Mei (2018) 103.

Menurut ajaran Islam manajemen pelayanan merupakan suatu aktivitas yang harus dilakukan agar rapi, terurut, teliti dan manarik. *Savas* memberikan tanggapan bahwa pada sektor publik pelayanan merupakan suatu pemberikan kepada pelanggan yang melalui karyawan.[21] Oleh karena itu manajemen pelayanan pada sebuah perusahaan harus dilakukan agar citra atau nama baik perusahaan terjaga dan tidak memiliki masalah pada manajemen pelayanan.

2. Prinsip-prinsip Manajemen Pelayanan Syariah

Manajemen tidak jauh dalam kehidupan sehari-hari, karena manajemen dapat dimiliki dan dijalankan secara individu maupun kelompok. Manajemen memiliki prinsip yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari yang terdapat pada al-Qur'an dan al-Hadis, yaitu:

a. *Amar Ma'ruf Nahi Munkar*

Pada prinsip ini merupakan suatu perbuatan yang harus diterapkan seorang muslim pada kehidupan sehari-hari. Arti dari prinsip ini adalah seorang muslim diwajibkan untuk melakukan suatu perbuatan yang baik atau terpuji dan menjauhi perbuatan yang tidak baik, yang pada dasarnya dapat menimbulkan kejelekan terhadap diri sendiri maupun orang lain. Seperti firman Allah SWT pada Q.S Al-Imran ayat 104 yaitu:

وَلْتَكُن مِّنكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى ٱلْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِٱلْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ ٱلْمُنكَرِ وَأُوْلَٰٓئِكَ هُمُ ٱلْمُفْلِحُونَ

[21] Ummu Naqiyatin, 'Studi Komparasi Manajemen Pelayanan: Persepsi Masyarakat Guluk-Guluk Sumenep terhadap Lembaga Perbankan Syariah dan Lembaga Keuangan Syariah Non-Bank', *Jurnal Ekonomi*, 02. 1, Desember (2017), 60.

Artinya: “dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebijakan, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung”. (QS. Al-Imran ayat: 104).[22]

Dari ayat di atas dapat disimpulkan bahwa Islam mengajarkan agar selalu berbuat baik, mengingatkan terhadap sesama dan menjauhi sesuatu yang dilarang oleh Allah SWT. Dalam ilmu manajemen yaitu merencanakan sesuatu yang baik dan menghindari suatu perbuatan yang dapat merugikan suatu kelompok.[23]

b. Kewajiban menyampaikan amanah

Allah SWT dan Rasul-Nya memerintahkan kepada umatnya untuk menjadi seseorang yang amanah. Seperti yang diajarkan oleh Rasullullah SAW kepada umatnya untuk menjadi pemimpin yang memiliki sifat amanah terhadap apa yang telah diperintahkan oleh Allah SWT. Sebagaimana seorang pemimpin dalam suatu kelompok yang diberikan amanah untuk memimpin dan mengarahkan seluruh kegiatan untuk mencapai tujuan bersama.

c. Kewajiban menegakkan keadilan

Prinsip ini mengajarkan kepada setiap pemimpin untuk menegakkan keadilan dalam sebuah kelompok, agar salah satu anggota tidak ada yang merasa keberatan dalam kepemimpinannya. Bersifat adil dalam hukum syariah adalah wajib. Oleh karena itu seorang muslim diwajibkan untuk menegakkan keadilan kepada diri sendiri dan orang lain.

---

[22] Kementerian Agama RI, *Al-Quran Transliterasi Per Kata dan Terjemahan Per Kata*., 68.
[23] Veithzal Rivai, *Islamic Banking Sebuah Teori Konsep dan Aplikas*., 478.

d. Kewajiban menegakkan kebenaran

Seorang muslim diwajibkan untuk menegakkan kebenaran dalam melakukan suatu kegiatan baik individu maupun kelompok, kegiatan yang menyebabkan kekeliruan harus dihindari dan kegiatan yang menyebabkan kebenaran harus dilakukan. Karena pada dasarnya manajemen diciptakan dalam sebuah kelompok untuk memberikan suatu kebenaran.[24]

3. Fungsi Manajemen Syariah

Menurut Ahmad Ibrahim Abu Sinn fungsi manajemen merupakan suatu perencanaan manusia yang memiliki kepemimpinan serta pengawasan dalam melakukan suatu kegiatan untuk mencapai tujuan bersama.[25] Dalam hal ini fungsi manajemen ditegaskan oleh G. R Terry yang memiliki dasar singkatan pada kata POAC, yaitu *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating* (penggerakkan), dan *controlling* (pengawasan).[26]

a. *Planning* (perencanaan)

Planning adalah suatu susunan atau rangkaian sebuah kegiatan untuk melangkah kedepan agar sampai pada tujuan. Karena organisasi memilik sebuah tujuan.[27] Manajemen yang baik agar menemukan sebuah tujuan dan tepat pada sasaran harus mempunyai sebuah perencanaan dalam berjalan menuju kedepan baik dalam waktu singkat maupun waktu

[24] Muhamad Nafik Hadi Ryandono, *Manajemen Bank Islam: Pendekatan Syariah dan Praktek* (Yogyakarta: UAD Press, 2021), 22.
[25] Yosy Arisandy, "Promosi dalam Meningkatkan Volume Penjualan Tinjauan Manajemen Syariah", *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 4. No. 1 (2018), 74–88.
[26] Eeng Ahmad dan Epi Indriani, *Bimbingan Kompetensi Ekonomi* (Bandung: Grafindo Media Pratama, 2007), 94.
[27] Dian Wijayanto, *Pengantar Manajemen* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012), 2.

yang panjang. Dalam islam mengajarkan untuk melakukan sebuah kelompok maupun organisasi dalam merencanakan sesuatu. Hal ini dapat memberikan motivasi dan inovasi pada masa yang akan datang dan sesama manusia untuk saling tolong menolong dalam setiap melakukan kegiatan.

b. *Organizing* (pengorganisasian)

Organizing adalah proses pembentukan pola hubungan kerja untuk mencapai tujuan yang memiliki peran penting pada sebuah manajemen. Karena *Organizing* merupakan tahap awal dalam pengelompokkan orang-orang. Islam mengajarkan kepada umat manusia untuk melakukan suatu kelompok yang dapat memberikan pelajaran untuk saling tolong menolong pada sesama. Allah SWT berfirman dalam QS. As-shaff Ayat 4, yang berbunyi:

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الَّذِينَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِهِ صَفًّا كَأَنَّهُمْ بُنْيَانٌ مَرْصُوصٌ

Artinya: ”Sesungguhnya Allah menyukai orang yang berperang dijalan-Nya dalam barisan yang teratur seakan-akan mereka seperti suatu bangunan yang tersusun kokoh”. (QS. As-shaff: 4).[28]

Pada Ayat di atas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan barisan dalam sebuah organisasi merupakan susunan anggota dalam organisasi yang disusun secara teratur agar kokoh dan tidak goyah dalam segala sesuatu.

Dalam organisasi memberikan manfaat dan memiliki beberapa banyak hal, seperti memberikan tanggung jawab kepada setiap orang untuk melakukan sesuatu pada tugas yang telah diberikan,

[28] Kementerian Agama RI, *Al-Quran Transliterasi Per Kata dan Terjemahan Per Kata*., 103.

mempercayakan anggota satu dengan anggota lainya, memberikan pendapat serta memberikan solusi bagi anggota yang sedang kesusahan atau saling tolong menolong. Karena organisasi merupakan sekumpulan dari beberapa orang yang bekerjasama untuk mencapai sebuah tujuan secara bersama-sama.[29]

c. *Actuating* (penggerakkan)

Actualing merupakan suatu langkah atau tindakan untuk melakukan suatu perencanaan yang sesuai dengan apa yang telah direncanakan. Setelah melakukan sebuah perencanaan, dalam organisasi juga harus memberikan suatu tindakan atau melakukan aksi untuk mencapai sebuah tujuan. Allah SWT berfirman dalam QS. Ali Imran Ayat 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنْ الْمُنْكَرِ وَأُوْلَئِكَ هُمْ الْمُفْلِحُونَ

Artinya: "Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung". (QS. Ali Imran: 104). [30]

Pada ayat di atas menjelaskan bahwasanya dalam sebuah manajemen memiliki sebuah penggerak atau pemimpin yang mengajak golongannya dalam melakukan kebaikan. Dalam manajemen Islam disebut dengan dakwah. Dakwah merupakan upaya yang dilakukan seseorang untuk mengajak manusia melakukan kebaikan dan meninggalkan keburukan.[31]

---

[29] Veithzal Rivai, *Islamic Banking Sebuah Teori Konsep dan Aplikasi* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2010), 508.
[30] Kementerian Agama RI, *Al-Quran Transliterasi Per Kata dan Terjemahan Per Kata*., 68.
[31] Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2012), 19.

d. *Controlling* (pengawasan)

Controling merupakan tindaka yang dilakukan oleh seseorang dalam melakukan kegiatan untuk memberikan pengawasan. Agar tertata dengan rapi maka dalam organisasi memiliki devisi atau tugas kepada salah satu anggota untuk melakukan pengawasan atas tindakan yang dilaksanakan.