

Accepted: September 2023	Revised: Oktober 2023	Published: Oktober 2023
---	--	--

Pelayanan dalam Perusahaan Perspektif Islam

Suwarno

Institut Agama Islam Faqih Asy'ari, Indonesia

e-mail: iaifasuwarno@gmail.com

Abstract

One of the factors contributing to the growth of a company lies in the services provided and the marketing strategies employed by the company. This research examines the topic of Service in a Company from an Islamic Perspective. Utilizing a literature review approach, the obtained data is qualitatively analyzed and then presented descriptively, outlining, depicting, and explaining in accordance with the issues closely related to this research. The research findings reveal that services should be conducted in accordance with Sharia principles. To ensure that services in a company from an Islamic perspective are more focused, especially in service-oriented companies, all parties involved must adhere to guidelines and principles set forth in Islamic teachings.

Keywords: *Service; Company; Islamic Law.*

Abstrak

Faktor berkembangnya suatu perusahaan salah satunya terletak pada pelayanan yang diberikan dan juga strategi pemasaran yang digunakan sebuah perusahaan. Penelitian ini mengkaji tentang Bagaimana Pelayanan dalam Perusahaan Perspektif Islam. Dengan menggunakan pendekatan studi kepustakaan, Data-data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif kemudian disajikan secara deskriptif yaitu menguraikan, menggambarkan dan menjelaskan sesuai dengan permasalahan yang erat kaitannya dengan penelitian ini. Hasil Penelitian mengungkapkan bahwa pelayanan adalah apa yang harus dilakukan menurut prinsip-prinsip syari'ah. Pelayanan dalam perusahaan Perspektif Islam lebih terfokus pada perusahaan jasa, semua pihak harus memiliki pedoman dan prinsip yang ditetapkan dalam ajaran Islam.

Kata Kunci: Pelayanan; Perusahaan; Hukum Islam.

Pendahuluan

Persaingan di industri fashion semakin meningkat akhir-akhir ini dan setiap bisnis harus menghadapi persaingan yang sangat ketat. Persaingan bisnis yang semakin ketat menuntut para pelaku bisnis untuk memaksimalkan produktivitasnya agar dapat bersaing di pasar. Kebutuhan manusia itu luas, kompleks dan banyak¹. Perusahaan harus selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginannya, berusaha memenuhi harapan pelanggannya dan dapat menjamin kepuasannya.

Kepuasan pembeli adalah perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja produk yang dirancang dengan kinerja yang diharapkan². Faktor-faktor yang meningkatkan kepuasan pembeli meliputi: produk, harga, iklan, lokasi, staf, bahan dan fasilitas teknis, dan suasana.³

Pembeli yang puas tetap setia lebih lama, lebih cenderung memberi tahu orang lain tentang produk mereka dan memberi tahu orang lain hal-hal positif tentang perusahaan mereka, sebaliknya mereka mengembalikan produk dan mengatakan hal-hal negatif tentang kita kepada orang lain.

¹ Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*, (Jakarta: Erlangga, 2012), 372.

² Miguna Astuti dan Agni Rizkita Amanda, *Pengantar Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 65

³ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2005), 209

Salah satu factor penting keberhasilan sebuah perusahaan ditentukan oleh kualitas pelayanan. Pelayanan yang baik berdampak besar terhadap kepuasan pelanggan yang dicapai suatu perusahaan. Layanan (*customer service*) umumnya mengacu pada kegiatan yang dirancang atau dimaksudkan untuk memuaskan pembeli, dimana keinginan dan kebutuhan pembeli dapat dipenuhi⁴. Artinya pelayanan yang baik dapat menciptakan suasana yang positif dan membuat pembeli merasa puas.

Beberapa kajian telah dilakukan oleh para peneliti seperti penelitian dilakukan oleh Pikri Azhari yang membahas pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Alfamart di kota Palangkaraya⁵. Selain itu, ada juga penelitian dari Dewanti Dwi Asthasari yang bertujuan untuk mengetahui kualitas produk, kualitas pelayanan, citra merk mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian⁶. Dalam penelitian ini akan dibahas mengenai bagaimana pelayanan dalam perusahaan perspektif Islam

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan *library research* (penelitian kepustakaan) merupakan pengumpulan data yang diperoleh langsung dari berbagai literatur. Metode pengumpulan bersumber dari data-data yang diperoleh dari berbagai literatur, pemikiran tokoh, dokumen serta tulisan lain yang terkait materi yang dibahas sebagai penunjang. Data-data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif kemudian disajikan secara deskriptif yaitu menguraikan, menggambarkan dan menjelaskan sesuai dengan permasalahan yang erat kaitannya dengan penelitian ini.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pengertian pelayanan

Sederhananya, kata "pelayanan" berarti melakukan sesuatu untuk seseorang. Tiga kata dikaitkan dengan istilah ini: layanan, pelayanan, dan pemeliharaan. Sebagai jasa, jasa sering kali mencerminkan hal-hal yang tidak berwujud atau industri seperti pendidikan, kesehatan, asuransi, dan perbankan.

⁴ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), 22

⁵ Pikri Azhari, *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Alfamart Kota Palangka Raya*, (Skripsi SE, IAIN Palangka Raya, Palangka Raya, 2017)

⁶ Dewanti Dwi Asthasari dengan judul *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Citra Merk terhadap Keputusan Pembelian*, (Skripsi SE, Universitas Semarang, Semarang, 2020)

Sebagai layanan, istilah "layanan" mengacu pada apa yang diberikan satu pihak (individu atau kelompok) kepada pihak lain (tunggal atau kelompok).⁷

Menurut Kotler, layanan adalah setiap aktivitas dan manfaat yang dapat diberikan satu pihak kepada pihak lain yang sama sekali tidak terlihat dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun. Sedangkan pelayanan didefinisikan oleh Gaspar sebagai kegiatan antara penyedia dan pembeli dalam rangka memenuhi kebutuhan pembeli.⁸

Pelayanan menurut Ivancevich, Lorenzi, Skinner dan Crosby adalah Produk tak terlihat (tak tersentuh) yang membutuhkan usaha manusia dan penggunaan peralatan. Layanan, di sisi lain, menurut Gronroos, terjadi sebagai akibat dari interaksi antara pembeli dan karyawannya atau orang lain yang dilakukan oleh perusahaan jasa yang bertujuan untuk menyelesaikan masalah atau menyelesaikan masalah dengan pembeli.⁹

Kualitas layanan mencerminkan tingkat layanan perusahaan dibandingkan dengan harapan pembeli. Kualitas layanan ditunjukkan dengan memenuhi kebutuhan dan tuntutan pelanggan kami dan ketepatan pengiriman yang memenuhi atau melebihi harapan pembeli.¹⁰

Berdasarkan beberapa definisi di atas, kami menyimpulkan bahwa pelayanan adalah tindakan seseorang terhadap orang lain dengan menghadirkan produk menurut ukurannya yang sesuai untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan masyarakat.

Karakteristik pelayanan

Perusahaan hendaknya mengetahui tentang karakteristik pelayanan dalam memenuhi kebutuhan konsumen melalui pelayanan. Karakteristik pelayanan meliputi:

a. Tak Berwujud

Layanan tidak berwujud di alam, tidak dapat dialami atau dinikmati sampai pelanggan menerimanya. Artinya jasa tidak dapat dilihat, disentuh, disentuh atau didengar. Karena layanan tidak dapat dilihat untuk mengurangi

⁷ Fandy Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2012), 3.

⁸ Sutisna, "Konsep Kualitas Pelayanan", *Sutisna online*, <http://Sutisna.com/artikel/artikel-ilmusosial/konsep-kualitas-pelayanan.htm>, (Januari, 2016).

⁹ Ratminto dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayan* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005) 2.

¹⁰ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Strategik*....., 70.

ketidakpastian, kata Kotler, pelanggan akan mencari tanda atau bukti kualitas layanan. Mereka akan membuat keputusan tentang kualitas layanan berdasarkan lokasi, orang, peralatan, komunikasi, merek, dan harga yang mereka lihat.¹¹

b. Tidak Dapat Dipisahkan

Pelayanan pada dasarnya dapat dihasilkan dan dirasakan pada waktu yang bersamaan, jika ingin memberikannya kepada orang lain tetap akan menjadi bagian dari jasa. Jasa dihasilkan dan dikonsumsi pada saat yang bersamaan. Tidak seperti produk fisik, mereka diproduksi, dikemas, didistribusikan ke toko yang berbeda, dan kemudian dihancurkan. Jika seseorang menyediakan layanan, itu berarti menyediakan bagian dari layanan itu. Baik pemasok maupun pelanggan mempengaruhi hasil layanan..¹²

c. Bervariasi

Layanan dapat disesuaikan dengan kondisi atau keadaan saat ini. Layanan bersifat fleksibel jika layanan dapat disesuaikan dengan keadaan pemberi layanan, penerima layanan, dan keadaan di mana layanan diberikan, sehingga layanan dapat mencakup berbagai tergantung pada situasinya.

d. Tidak Tahan Lama

Layanan ini sensitif, yang berarti bahwa layanan ini hanya tersedia untuk waktu yang singkat. Kekuatan jasa yang ditawarkan tergantung pada situasi atau situasi yang berbeda. Jasa memiliki daya tahan yang rendah, sehingga jasa tidak dapat bertahan lama, mudah hilang, dan tidak dapat disimpan. Kualitas pelayanan merupakan cacat yang tidak berkelanjutan atau tidak diinginkan. Ketika permintaan berubah, perusahaan jasa menghadapi masalah yang sulit.

e. Mutu / Kualitas Pelayanan

Pembeli sangat memperhatikan kualitas pelayanan dalam mengkonsumsi barang atau jasa. Pembeli cenderung lebih suka dengan pelayanan yang memiliki kualitas yang baik.

¹¹ Philip kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen pemasaran* (Jakarta:Erlangga, 2008), 488.

¹² Ibid, 490.

Ciri-ciri pelayanan yang baik

Setiap perusahaan selalu ingin dianggap terbaik dimata pembelinya. Pembeli pada intinya ingin diberikan pelayanan yang terbaik¹³. Ciri-ciri pelayanan yang baik harus diketahui oleh pihak perusahaan sehingga keinginan pembeli dapat diberikan secara maksimal. Adapun ciri-ciri pelayanan yang baik adalah sebagai berikut¹⁴:

- a. Tersedia sarana dan prasarana yang baik. ingin terlayani dengan baik, maka layanan pembeli merupakan salah satu poin penting yang harus diperhatikan dalam hal peluang dan pengembangan.
- b. Tersedia karyawan yang baik. Kenyamanan pembeli tergantung dari petugas yang melayaninya. Petugas harus ramah, sopan, dan tampan, selain responsif, pandai bicara, menarik, dan cerdas.
- c. Bertanggung jawab kepada pembeli dari awal hingga selesai. Dalam menjalankan kegiatan pelayanannya setiap karyawan harus mampu melayani dari awal hingga selesai.
- d. Mampu melayani secara cepat dan tepat. Dalam melayani pembeli diharapkan petugas harus melakukannya sesuai prosedur. Layanan yang diberikan sesuai jadwal dan pekerjaan tertentu dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan pembeli.
- e. Mampu berkomunikasi. Petugas harus mampu berbicara kepada setiap pembeli dan memahami keinginan pembeli, artinya petugas harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti, dan jangan menggunakan istilah yang sulit dimengerti.
- f. Berusaha memenuhi kebutuhan pembeli. Karyawan harus cepat tanggap apa yang diinginkan pembeli, mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan pembeli.

Teori pelayanan dalam islam

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini tampak dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah: 267,

¹³ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2015), 20

¹⁴ Kasmir, *Pemasaran Bank*, 23

وَالَّذِينَ آمَنُوا أَنْفَقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ عَنِّي حَمِيدٌ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.”¹⁵(QS. Al-Baqarah: 267)

Menurut ensiklopedi Islam, pelayanan adalah apa yang harus dilakukan menurut prinsip-prinsip syari’ah. Agar pelayanan lebih terfokus pada perusahaan jasa, semua pihak harus memiliki pedoman dan prinsip yang ditetapkan dalam ajaran Islam. Ketika Islam menekankan efektivitas pelayanan sesuai harapan pembeli, mereka merasa lebih puas.¹⁶

Adapun konsep pelayanan dalam Islam adalah sebagai berikut¹⁷:

- a. Tolong Menolong (*Ta’awun*). memberikan pelayanan terbaik terhadap sesama umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang melakukannya. Sebagaimana dijelaskan dalam ayat Al-Qur’an dalam Surat Al-Maidah: 2

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحِلُّوا سَعَايَ اللَّهِ وَلَا الشَّهَرِ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا آمِينَ
الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِنْ رَبِّهِمْ وَرِضْوَانًا ۚ وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ أَنْ
صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَنْ تَعْتَدُوا ۚ وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۚ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ
وَالْعُدْوَانِ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi’ar-syi’ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya (hewan kurban), dan binatang-binatang qalaa-id (hewan kurban yang diberi tanda), dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah

¹⁵ Yayasan Penerjemah Al-Qur’an, *Al-Qur’an Dan.....* 45

¹⁶ Muhammad, *Pengantar Akuntansi Syari’ah*, (Jakarta: PT.Gramedia Pustaka., 2013), .

¹⁷ Anita Fadla, “Pelayanan Pada PT. Pos Indonesia Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Islam”, Skripsi S.E., Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, Pekanbaru, 2016), 25

sedang mereka mencari kurnia dan keridhaan dari Tuhannya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, maka bolehlah berburu. Dan janganlah sekali-kali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidil haram, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.¹⁸(QS. Al-Maidah: 2)

- b. Prinsip Memberi Kemudahan (*At-Taysir*). Mengetahui bahwa fitrah manusia tidak menyukai tugas-tugas yang membatasi kemandiriannya, Allah SWT memberikan syariat Islam untuk mendukung dan berusaha melakukan pengendalian manusia serta mampu menghilangkan kesulitan dan kesempitan menghancurkan hal-hal yang mempersulit (*masyaqaah*) masyarakat, banyak, dan dapat mengkonsumsi sumber daya manusia dalam pelaksanaannya¹⁹. Namun, ini tidak berarti bahwa Syariah Islam sepenuhnya menghilangkan kesulitan yang mungkin dihadapi orang dalam kehidupan mereka. Hanya ketentuan-ketentuan yang terdapat dalam syariat Islam yang dapat meringankan penderitaan manusia. Hal ini sesuai dalam firman Allah SWT dalam surat Al-Baqarah: 185

شَهْرَ رَمَضَانَ الَّذِي أُنْزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ هُدًى لِّلنَّاسِ وَبَيِّنَاتٍ مِّنَ الْهُدَىٰ وَالْفُرْقَانِ ۚ فَمَنْ
شَهِدَ مِنْكُمُ الشَّهْرَ فَلْيَصُمْهُ ۖ وَمَنْ كَانَ مَرِيضًا أَوْ عَلَىٰ سَفَرٍ فَعِدَّةٌ مِّنْ أَيَّامٍ أُخَرَ ۗ يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ
الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ ۖ وَلِتُكْمِلُوا الْعِدَّةَ وَلِتُكَبِّرُوا اللَّهَ عَلَىٰ مَا هَدَاكُمْ وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

Artinya: “Bulan Ramadan adalah (bulan) yang di dalamnya diturunkan Al-Qur'an, sebagai petunjuk bagi manusia dan penjelasan-penjelasan mengenai petunjuk itu dan pembeda (antara yang benar dan yang batil). Karena itu, barangsiapa di antara kamu ada di bulan itu, maka berpuasalah. Dan barangsiapa sakit atau dalam perjalanan (dia tidak berpuasa), maka (wajib menggantinya), sebanyak hari yang ditinggalkannya itu, pada hari-hari yang lain. Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu. Hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan mengagungkan

¹⁸ Yayasan Penerjemah Al-Qur'an, *Al-Qur'an Dan.....* 106

¹⁹ Husnul Khatimah, *Penerapan Syariah Islam*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), 27

Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu, agar kamu bersyukur.”²⁰(QS. Al-Baqarah: 185)

- c. Prinsip Persamaan (*Musawah*). Manusia semua sama, dari asal yang sama, dari bumi, dan dari satu diri yang diciptakan dari bumi, Adam. Oleh karena itu, tidak ada superioritas individu karena semua manusia berasal dari asal yang sama. Hanya ada dua kelompok dalam Islam, yaitu: 1). Mereka yang berbuat bagus, bertaqwa dan mulia disisi Allah. 2). Orang-orang durhaka (*Fajir*), celaka dan hina disisi Allah²¹
- d. Prinsip Saling Mencintai (*Muhabbah*). Saling mencintai adalah tentang mencintai saudara Anda seperti Anda mencintai diri sendiri, staf memperlakukan pembeli seperti mereka memperlakukan diri mereka sendiri dan melayani pembeli. Sebagaimana telah dijelaskan dalam Al-Qur'an dalam Surat Ali Imron: 112

ضَرَبْتُ عَلَيْهِمُ الدَّلِيلَ أَيْنَ مَا تُقِفُوا إِلَّا بِحَبْلِ مِنَ اللَّهِ وَحَبْلِ مِنَ النَّاسِ وَبَاءُوا بِعَصَبٍ مِّنَ
اللَّهِ وَضَرَبْتُ عَلَيْهِمُ الْمَسْكَنَةَ ۖ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ كَانُوا يَكْفُرُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَيَقْتُلُونَ الْأَنْبِيَاءَ بِغَيْرِ حَقِّ
ذَٰلِكَ بِمَا عَصَوْا وَكَانُوا يَعْتَدُونَ

Artinya: “Mereka diliputi kehinaan di mana saja mereka berada, kecuali jika mereka (berpegang) pada tali (agama) Allah dan tali (perjanjian) dengan manusia. Mereka mendapat murka dari Allah dan (selalu) diliputi kesengsaraan. Yang demikian itu karena mereka mengingkari ayat-ayat Allah dan membunuh para nabi, tanpa hak (alasan yang benar). Yang demikian itu karena mereka durhaka dan melampaui batas.”²²(QS. Ali Imron: 112)

- e. Prinsip Lemah Lembut (*Al-Layin*). Sebagaimana sebuah hadist yang diriwayatkan Muslim dari Jabir bin Abdullah bahwa Nabi bersabda: “Barang siapa yang tidak memiliki sifat lembut, maka tidak akan pernah mendapatkan kebaikan” Untuk berlaku lemah lembut juga telah dijelaskan dalam Al-Qur'an dalam surat Ali Imron:159 yang berbunyi:

²⁰ Yayasan Penerjemah Al-Qur'an, *Al-Qur'an Dan*. 28

²¹ Anita Fadla, “Pelayanan Pada PT. Pos Indonesia,., 27

²² Yayasan Penerjemah Al-Qur'an, *Al-Qur'an Dan*. 64

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 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 ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal."²³(QS. Ali Imron: 159)

- f. Prinsip Kekeluargaan (*ukhuwah*). *Ukhuwah* yang secara jelas dinyatakan dalam al-Qur'an adalah persaudaraan seagama dan persaudaraan yang jalinannya bukan karena agama. Ini tercermin jelas dalam ayat al-Qur'an surat Al-Hujurat:10 yang berbunyi:

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ

Artinya: "Orang-orang beriman itu sesungguhnya bersaudara. Sebab itu damaikanlah (perbaikilah hubungan) antara kedua saudaramu itu dan takutlah terhadap Allah, supaya kamu mendapat rahmat."²⁴(QS. Al-Hujurat: 10)

Karakteristik pelayanan dalam Islam

Ada 6 (enam) karakteristik pelayanan dalam pandangan Islam yang dapat digunakan sebagai panduan, antara lain: ²⁵

- Jujur yaitu sikap yang tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengadangada fakta, tidak berkhianat serta tidak pernah ingkar janji.
- Bertanggung jawab dan terpercaya (*Al-Amanah*) yaitu suatu sikap dalam menjalankan bisnisnya selalu bertanggung jawab dan dapat dipercaya.
- Tidak Menipu (*Al-Kadzib*) yaitu suatu sikap yang sangat mulia dalam menjalankan bisnisnya adalah tidak pernah menipu.

²³ Yayasan Penerjemah Al-Qur'an, *Al-Qur'an Dan*,. 72

²⁴ Ibid, 516

²⁵ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami* (Semarang: Walisongo Press, 2009), 153.

- d. Menepati janji dan tidak curang adalah sikap seorang pebisnis yang selalu menepati janjinya kepada pembeli dan rekan kerja.
- e. Melayani dengan kerendahan hati (*khidmah*) adalah kebaikan, sopan santun, senyuman, kesediaan untuk berkompromi, namun penuh tanggung jawab.
- f. Tidak melupakan akhirat. Dengan kata lain, ketika berbisnis, jangan terlalu sibuk mencari keuntungan materi saja, meninggalkan manfaat akhirat. Jadi ketika waktunya tiba untuk berdoa, itu harus dilakukan sebelum waktu habis.

Etika pelayanan Islam

Etika dalam bisnis mutlak diperlukan untuk menghindari perilaku menyimpang. Pelaku bisnis diharapkan bertindak etis dalam berbagai aktivitasnya, artinya mendapatkan kepercayaan dalam keberhasilan perusahaan.²⁶

Terdapat beberapa nilai-nilai islam yang dapat diterapkan dalam pelayanan, yakni terdiri dari²⁷:

- a. *Fathanah* adalah bekerja dengan kemampuan terbaiknya dan penuh dedikasi dan integritas. Sifat ini juga dapat diartikan memahami dan memahami tugas dan kewajibannya. Selain itu, *fathanah* dicirikan oleh sikap kreatif dan kemampuan melakukan berbagai inovasi untuk memperluas pengetahuan dan informasi yang baik.
- b. Dalam dunia bisnis *Shiddiq*, integritas berupa kejujuran dan ketepatan (*itqan*), ketepatan waktu, pelayanan dan komitmen. Kemudian terus menerus memperbaiki diri dari sifat berbohong.
- c. Amanah Berarti bertanggung jawab atas segala kewajiban dan pelaksanaan kewajiban. Keyakinan dalam dunia bisnis dibuktikan dengan pelayanan prima, kejujuran dan *ihsan* (melakukan pekerjaan dengan sebaik mungkin). Sifat amanah harus dimiliki oleh semua umat Islam, terutama yang pekerjaannya terkait dengan pengabdian kepada masyarakat.
- d. *Tabligh* adalah penyampaian yang kontroversial dan sabar. Seseorang yang sudah memiliki sifat *tabligh* dapat menyampaikan informasi dengan baik dan benar. Mengkomunikasikan informasi yang akurat dan akurat dengan cara yang baik dan sopan bermanfaat bagi orang-orang dan merupakan dasar dari layanan perusahaan.

²⁶ Donni Juni Priansa dan Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 203.

²⁷ Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2003), 73-75

Penutup

Hasil Penelitian mengungkapkan bahwa pelayananan adalah apa yang harus dilakukan menurut prinsip-prinsip syari'ah. Pelayanan dalam perusahaan Perpektif Islam lebih terfokus pada perusahaan jasa, semua pihak harus memiliki pedoman dan prinsip yang ditetapkan dalam ajaran Islam. Konsep pelayanan dalam islam yaitu: tolong menolong (*ta'awun*), prinsip memberi kemudahan (*at-taysir*), prinsip persamaan (*musawah*), prinsip saling mencintai (*muhabbah*), prinsip lemah lembut (*al-layin*), prinsip kekeluargaan (*ukhuwah*), terdapat beberapa nilai-nilai islam yang dapat diterapkan dalam pelayanan, yakni terdiri dari *fathanah*, *shiddiq*, *amanah*, *tabligh*

Daftar Pustaka

- Arifin, Johan. *Etika Bisnis Islami* (Semarang: Walisongo Press, 2009).
- Asthasari, Dewanti Dwi. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Citra Merk terhadap Keputusan Pembelian*, (Skripsi SE, Universitas Semarang, Semarang, 2020)
- Astuti, Miguna dan Agni Rizkita Amanda, *Pengantar Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020).
- Azhari, Pikri, *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Alfamart Kota Palangka Raya*, (Skripsi SE, IAIN Palangka Raya, Palangka Raya, 2017)
- Fadla, Anita. "Pelayanan Pada PT. Pos Indonesia Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Islam", Skripsi S.E., Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, Pekanbaru, 2016).
- Hafidhuddin, Didin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2003).
- Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*, (Jakarta: Erlangga, 2012).
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010).
- Khatimah, Husnul. *Penerapan Syariah Islam*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011).
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen pemasaran* (Jakarta:Erlangga, 2008).
- Muhammad, *Pengantar Akuntansi Syari'ah*, (Jakarta: PT.Gramedia Pustaka., 2013), .
- Priansa, Donni Juni dan Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2014).
- Ratminto dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayan* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005).

- Sutisna, “Konsep Kualitas Pelayanan”, *Sutisna online*, <http://Sutisna.com/artikel/artikel-ilmusosial/konsep-kualitas-pelayanan.htm>, (Januari, 2016).
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2005), 209
- Tjiptono, Fandy. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2012).