



**MATERI UJIAN KOMPREHENSIF LISAN
(UKL)**

KEISLAMAMAN

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
IAIN SALATIGA**

ASPEK KEISLAMAN

A. ISLAM, IMAN, DAN IHSAN

عَنْ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَيْضاً قَالَ : بَيْنَمَا نَحْنُ جُلُوسٌ عِنْدَ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ ذَاتَ يَوْمٍ إِذْ طَلَعَ عَلَيْنَا رَجُلٌ شَدِيدُ بَيَاضِ الثِّيَابِ شَدِيدُ سَوَادِ الشَّلَا يُرَى عَلَيْهِ أَثَرُ السَّفَرِ، وَلَا يَعْرِفُهُ مِنَّا أَحَدٌ، حَتَّى جَلَسَ إِلَى النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَأَسْنَدَ رُكْبَتَيْهِ إِلَى رُكْبَتَيْهِ وَوَضَعَ كَفَّيْهِ عَلَى فَخْذَيْهِ وَقَالَ: يَا مُحَمَّدُ أَخْبِرْنِي عَنِ الْإِسْلَامِ، فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : الْإِسْلَامُ أَنْ تَشْهَدَ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَنَّ مُحَمَّدًا رَسُولُ اللَّهِ وَتُقِيمَ الصَّلَاةَ وَتُؤْتِيَ الزَّكَاةَ وَتَصُومَ رَمَضَانَ وَتَحُجَّ الْبَيْتَ إِنْ اسْتَطَعْتَ إِلَيْهِ سَبِيلًا قَالَ : صَدَقْتَ، فَعَجَبْنَا لَهُ يَسْأَلُهُ وَيُصَدِّقُهُ، قَالَ: فَأَخْبِرْنِي عَنِ الْإِيمَانِ قَالَ : أَنْ تُؤْمِنَ بِاللَّهِ وَمَلَائِكَتِهِ وَكُتُبِهِ وَرُسُلِهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَتُؤْمِنَ بِالْقَدْرِ خَيْرِهِ وَشَرِّهِ. قَالَ صَدَقْتَ، قَالَ فَأَخْبِرْنِي عَنِ الْإِحْسَانِ، قَالَ: أَنْ تَعْبُدَ اللَّهَ كَأَنَّكَ تَرَاهُ فَإِنْ لَمْ تَكُنْ تَرَاهُ فَإِنَّهُ يَرَاكَ . قَالَ: فَأَخْبِرْنِي عَنِ السَّاعَةِ، قَالَ: مَا الْمَسْئُورُ عَنْهَا بِأَعْلَمَ مِنَ السَّائِلِ. قَالَ فَأَخْبِرْنِي عَنْ أَمَارَاتِهَا، قَالَ تَلِدُ الْأُمَّةُ رَبَّتَهَا وَأَنْ تَرَى الْحَفَاةَ الْعُرَاةَ الْعَالَةَ رِعَاءَ الشَّاءِ يَتَطَاوَلُونَ فِي الْبُنْيَانِ، ثُمَّ انْطَلَقَ فَلَبِثْتُ مَلِيًّا، ثُمَّ قَالَ : يَا عُمَرُ أَتَدْرِي مِنَ السَّائِلِ ؟ قُلْتُ : اللَّهُ وَرَسُولُهُ أَعْلَمُ . قَالَ فَإِنَّهُ جَبْرِيلُ أَتَاكُمْ يُعَلِّمُكُمْ دِينَكُمْ . [رواه مسلم]

Artinya :

Dari Umar *radhiyallahu 'anhu* juga, dia berkata: Ketika kami duduk-duduk di sisi Rasulullah *Shallallahu'alaihi wasallam* suatu hari tiba-tiba datanglah seorang laki-laki yang mengenakan baju yang sangat putih dan berambut sangat hitam, tidak tampak padanya bekas-bekas perjalanan jauh dan tidak ada seorangpun di antara kami yang mengenalnya. Hingga kemudian dia duduk di hadapan Nabi lalu menempelkan kedua lututnya kepada lututnya (Rasulullah *Shallallahu'alaihi wasallam*) seraya berkata:

“Ya Muhammad, beritahukan aku tentang Islam?”, maka bersabdalah Rasulullah Shallallahu’alaihi wasallam : “ Islam adalah engkau bersaksi bahwa tidak ada Ilah (Tuhan yang disembah) selain Allah, dan bahwa Nabi Muhammad adalah utusan Allah, engkau mendirikan shalat, menunaikan zakat, puasa Ramadhan dan pergi haji jika mampu“, kemudian dia berkata: “anda benar“. Kami semua heran, dia yang bertanya dia pula yang membenarkan. Kemudian dia bertanya lagi: “Beritahukan aku tentang Iman“. Lalu beliau bersabda: “Engkau beriman kepada Allah, malaikat-malaikat-Nya, kitab-kitab-Nya, rasul-rasul-Nya dan hari akhir dan engkau beriman kepada takdir yang baik maupun yang buruk“, kemudian dia berkata: “anda benar“. Kemudian dia berkata lagi: “Beritahukan aku tentang ihsan “. Lalu beliau bersabda: “Ihsan adalah engkau beribadah kepada Allah seakan-akan engkau melihatnya, jika engkau tidak melihatnya maka Dia melihat engkau“. Kemudian dia berkata: “Beritahukan aku tentang hari kiamat (kapan kejadiannya)“. Beliau bersabda: “Yang ditanya tidak lebih tahu dari yang bertanya“. Dia berkata: “Beritahukan aku tentang tanda-tandanya“, beliau bersabda: “Jika seorang hamba melahirkan tuannya dan jika engkau melihat seorang bertelanjang kaki dan dada, miskin dan penggembala domba, (kemudian) berlomba-lomba meninggikan bangunannya“, kemudian orang itu berlalu dan aku berdiam sebentar. Kemudian beliau (Rasulullah) bertanya: “Tahukah engkau siapa yang bertanya?“. aku berkata: “Allah dan Rasul-Nya lebih mengetahui “. Beliau bersabda: “Dia adalah Jibril yang datang kepada kalian (bermaksud) mengajarkan agama kalian “(Riwayat Muslim)

Penjelasan :

Hadis ini dijelaskan dalam kitab hadis Shahih Muslim Jilid I halaman 22 yang merupakan suatu dialog (percakapan) antara Nabi Muhammad SAW. dengan malaikat Jibril yang mengubah wujudnya menjadi seorang lelaki yang berbusana serba putih.

Cara berbusana semacam ini dapat menjadi teladan baik bagi setiap siswa, pelajar, atau lainnya jika bermaksud menghadap pada seorang guru atau orang yang alim lainnya, yaitu hendaklah berbusana yang baik dan dengan cara yang sopan. Dan lebih utama lagi jika berbusana yang putih, karena mengikuti perbuatan Nabi SAW.

Hal ini memang cukup beralasan, karena cara berbusana juga ikut menentukan sikap mental seseorang. Dapat kita buktikan bahwa orang-orang yang baik selalu berpakaian yang baik, rapi dan sopan. Sebaliknya orang yang berjiwa brutal, cara berpakaian mereka selalu menunjukkan keinginan yang serba aneh dan nyentrik sehingga melampaui batas kebiasaan manusia pada umumnya, dan dapat dinilai negatif oleh siapa saja yang memandangnya.

Nabi SAW bersabda:

وعن سمرة رَضِيَ اللهُ عَنْهُ قَالَ، قَالَ رَسُولُ اللهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: البسوا
البياض فإنها أطهر وأطيب، وكفنوا فيها موتاكم - رواه النسائي والحاكم

Artinya:

Diriwayatkan dari samrah r.a. Rasulullah SAW Bersabda: “Berpakaianlah kalian dengan pakaian yang putih, karena pakaian yang putih itu lebih suci dan lebih bagus. Dan kafanilah orang-orang yang wafat di antara kalian dengannya.” (HR. Nasa’i dan Hakim) *Kitab Riyadush Shallihin hadis ke-780 halaman 196.*

Percakapan yang terjadi pada hadis di atas berkisar pada topik Islam-Iman-Ihsan dan Hari Kiamat, dengan tujuan mengajarkannya kepada para sahabat yang sedang duduk bersantai bersama Nabi SAW.

Di dalam dialog itu, Nabi Muhammad SAW, menjelaskan urutan-urutan rukun Islam yang lima. Akan tetapi, dalam hadist lain dijelaskan bahwa urutan yang keempat adalah melakukan haji, sedangkan urutan yang kelima adalah berpuasa pada bulan Ramadhan. (Lihat Kitab Al-Bukhari juz I, halaman 11).

Adapun tentang haji, Nabi Muhammad SAW mensyaratkan mampu menuju jalannya, yaitu mampu melaksanakannya tanpa mengalami kesulitan-kesulitan lain, misalnya kesulitan dalam perjalanan karena adanya bahaya yang mengancam jiwa atau kekurangan ongkos, atau kekurangan biaya hidup bagi keluarga yang ditinggalkannya selama melaksanakan ibadah haji tersebut.

Tidaklah dianggap mampu di dalam agama, terhadap seseorang yang menunaikan ibadah hajinya dengan menjual sawah ladangnya sehingga sepulangnya dari melakukan ibadah haji, dia menjadi peminta-minta, atau menyebabkan orang lain ikut menanggung penderitaan hidupnya, atau terlantarnya pendidikan atau kehidupan keluarga yang menjadi beban kewajibannya.

Pembahasan kedua, Nabi Muhammad SAW menjelaskan iman, dan termasuk di dalamnya iman kepada qadar baik dan buruk. Maksudnya, ia mempercayai sepenuh hati, bahwa seluruh perbuatan manusia yang baik maupun yang buruk itu terjadi sesuai dengan ketentuan dan sepengetahuan Allah SWT yang telah ditetapkan semenjak zaman azali sebelum perbuatan tersebut dilakukan oleh manusia.

Lalu timbul suatu kejanggalan dengan adanya pendapat bahwa manusia ini bagaikan wayang kulit yang semata-mata menyerah dan pasrah saja dengan dalangnya, sehingga hal ini akan mematikan gerak untuk berusaha dan mematahkan semangat untuk berikhtiar. Memang pikiran semacam itu tidak sepenuhnya dikatakan salah, tetapi perlu diingat bahwa Allah SWT melengkapi organ manusia dengan otak yang gunanya untuk berpikir, dan menyempurnakannya dengan hati yang dapat menimbulkan kehendak. Lalu kehendak itu dapat diproses oleh akal pikiran, sehingga dapat dibedakan kehendak yang dapat membawa kebaikan dengan kehendak yang akan menimbulkan kejahatan. Dengan cara semacam ini akal pikiran manusia tidak dibelenggu oleh ikatan tali temali qadar itu. Selain itu bagian dari kehendak-kehendaknya dapat ditentukan dengan cara yang bijaksana, dan inilah yang dinamakan ikhtiar atau usaha, sekalipun kita sendiri mempercayai bahwa ikhtiar itu sendiri tidak memberikan bekas suatu apapun, serta hakikatnya ikhtiar atau usaha itu sendiri adalah termasuk bagian dari qadar.

Oleh karena itu, manusia diperintahkan untuk berikhtiar, karena manusia pasti tidak akan dapat mengetahui macam rangkaian qadar apa yang akan terjadi terhadap dirinya, kecuali jika rangkaian qadar tersebut telah menimpa dirinya. Allah SWT menyatakan tentang ikhtiar atau usaha itu dalam firman-Nya:

وَأَنْ لَيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا عَمِلَ ۚ وَأَنَّ سَعْيَهُ سَوْفَ يُرَىٰ ۚ ثُمَّ يُجْزَاهُ

الْجَزَاءَ الْأَوْفَىٰ ۚ ٤١

“dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya, dan bahwasanya usaha itu kelak akan diperlihatkan (kepadanya), Kemudian akan diberi balasan kepadanya dengan balasan yang paling sempurna.” (QS. An-Najm:39-41)

Pembahasan Nabi Muhammad SAW yang ketiga adalah menjelaskan *ihsan*, yang dapat diartikan dengan *ikhlas beribadah* kepada Allah SWT. Dan arti ikhlas ini dapat diketahui dengan memahami penjelasan Nabi SWT kepada malaikat Jibril dalam hadist kedua ini. Lalu Nabi SAW menyatakan bahwa beribadah dengan ikhlas itu, terdiri atas tiga macam bentuk tingkatan, yaitu:

1. Tingkatan ibadah yang dilakukan dengan menyempurnakan syarat dan rukunnya.
2. Tingkatan ibadah yang dilakukannya seperti tingkatan pertama, tetapi pelakunya tenggelam dalam lautan *mukasyafah*, yaitu jiwanya terbuka dari tirai perbuatan maksiat yang menghalanginya untuk mendekati Tuhannya, sehingga dengan *mukasyafah* itu dia dapat memandang Tuhannya dengan mata hatinya.
3. Tingkatan ibadah yang dilakukannya seperti tingkatan pertama, hanya saja jiwanya senantiasa terpaut dengan pengawasan Allah SWT.

Inilah tingkatan ibadah dengan *muraqabah*, maksudnya hatinya senantiasa terasa diawasi oleh Allah SWT. Ketiga macam tingkatan diatas disebut *ihsan*, yang merupakan syarat sahnya dalam suatu bentuk ibadah.

Pembahasan Nabi Muhammad SAW yang keempat adalah tentang *hari kiamat*. Kapan waktunya akan tiba, jawabannya adalah tidak mengetahuinya, sebagaimana malaikat Jibril sendiri sebagai yang bertanya juga tidak mengetahuinya, dan memang tiada seorang pun yang akan dapat mengetahuinya kapan hari kiamat akan tiba. Allah SWT telah berfirman:

يَسْأَلُونَكَ عَنِ السَّاعَةِ أَيَّانَ مُرْسِمُهَا قُلْ إِنَّمَا عِلْمُهَا عِنْدَ رَبِّي لَا يُجَلِّئُهَا لَوْحَتًا إِلَّا هُوَ يُنزِّلُ فِي السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ لَا تَأْتِي إِلَّا بَغْتَةً يَسُورُ كَأَنَّكَ كَافٍ فِيهَا بَلَدًا
قُلْ إِنَّمَا عِلْمُهَا عِنْدَ اللَّهِ وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ ١٨٧

187. Mereka menanyakan kepadamu tentang kiamat: "Bilakah terjadinya?" Katakanlah: "Sesungguhnya pengetahuan tentang kiamat itu adalah pada sisi Tuhanku; tidak seorangpun yang dapat menjelaskan waktu kedatangannya selain Dia. Kiamat itu amat berat (huru haranya bagi makhluk) yang di langit dan di bumi. Kiamat itu tidak akan datang kepadamu melainkan dengan tiba-tiba". Mereka bertanya kepadamu seakan-akan kamu benar-benar mengetahuinya. Katakanlah: "Sesungguhnya pengetahuan

tentang hari kiamat itu adalah di sisi Allah, tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahui" (Q.S. Al-Araf:187).

Proses kejadian hari kiamat yang secara tiba-tiba dan serba cepat itu hanyalah Allah SWT yang mengetahuinya. Dinyatakan oleh Allah SWT di dalam ayat lain:

وَلِلَّهِ غَيْبُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَمَا أَمْرُ السَّاعَةِ إِلَّا كَلَمْحِ الْبَصَرِ أَوْ هُوَ أَقْرَبُ

إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ٧٧

77. Dan kepunyaan Allah-lah segala apa yang tersembunyi di langit dan di bumi. Tidak adalah kejadian kiamat itu, melainkan seperti sekejap mata atau lebih cepat (lagi). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu (QS. An-Nahl:77)

Nabi Muhammad SAW menjelaskan tanda-tandanya, yang antara lain, terdapat budak yang dinikahi tuannya sehingga anaknya pun mempunyai kedudukan seperti tuannya dan banyak orang-orang pedusunan yang berlomba-lomba membangun rumahnya bermegah-megahan seperti orang kota saja.

B. DAKWAH

Menurut bahasa, dakwah berarti seruan. Yaitu seruan kepada manusia untuk melaksanakan segala perintah Allah dan menjauhi segala yang dilarang-Nya. Dakwah dalam pengertian tersebut, adalah searti atau berdekatan arti atau mencakup pengertian kata-kata sebagai berikut:

- (1) Tabligh (menyampaikan ajaran Allah)
- (2) Jihad (berjuang menegakkan agama Allah)
- (3) Ishlah (menyelesaikan persoalan sesuai dengan ajaran Allah)
- (4) Khutbah (berpidato tentang ajaran Allah)
- (5) Taushiyah (berwasiat, memberi nasihat)
- (6) Amar ma'ruf nahi munkar (memerintahkan kepada kebaikan dan melarang dari keburukan)

Kedudukan hukum dakwah adalah fardhu 'ain, yaitu kewajiban setiap individu muslim. Allah memerintahkan agar setiap muslim berusaha mengubah kemungkaran yang diketahuinya. Oleh karena itu, kepada kaum muslim diperintahkan agar ada sekelompok muslim yang menekuni ajaran Islam secara khusus untuk disampaikan dan diajarkan kepada orang lain.

- **Eksistensi penuntut ilmu agama dan pendakwah (Q.S. At-Taubah / 9: 122)**

وَمَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنفِرُوا كَآفَّةً فَلَوْلَا نَفَرَ مِن كُلِّ فِرْقَةٍ مِّنْهُمْ طَائِفَةٌ لِّيَتَفَقَّهُوا

فِي الدِّينِ وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ ١٢٢

122. Tidak sepatutnya bagi mukminin itu pergi semuanya (ke medan perang). Mengapa tidak pergi dari tiap-tiap golongan di antara mereka beberapa orang untuk memperdalam pengetahuan mereka tentang agama dan untuk memberi peringatan kepada kaumnya apabila mereka telah kembali kepadanya, supaya mereka itu dapat menjaga dirinya

- **Kelompok pendakwah harus ada (Q.S. Ali 'Imran / 3: 104)**

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ١٠٤

104. Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung

- **Ummat yang terbaik (Q.S. Ali 'Imran / 3: 110)**

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِنْهُمُ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ

110. Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka; di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik.

- **Ucapan terbaik adalah dakwah (Q.S. Fushshuliat / 41: 33)**

وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ ٣٣

33. Siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan amal yang saleh, dan berkata: "Sesungguhnya aku termasuk orang-orang yang menyerah diri?"

- **Dakwah dengan bijaksana, nasihat, dan diskusi yang baik (Q.S. An-Nahl/16: 125)**

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ١٢٥

125. Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan 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

➤ Hikmah: ialah perkataan yang tegas dan benar yang dapat membedakan antara yang hak dengan yang bathil.

C. TAQWA

- **Kriteria Orang Bertaqwa I (Q.S. Al-Baqarah / 2: 1-5)**

آلَمْ ۱ ذَٰلِكَ الْكِتَابُ لَا رَيْبَ ۙ هُدًى لِّلْمُتَّقِينَ ۚ ۲ الَّذِينَ يُؤْمِنُونَ بِالْغَيْبِ
وَيُقِيمُونَ ۙ وَمِمَّا رَزَقْنَاهُمْ يُنفِقُونَ ۚ ۳ وَالَّذِينَ يُؤْمِنُونَ بِمَا أُنزِلَ إِلَيْكَ
وَمَا أُنزِلَ مِن قَبْلِكَ ۙ وَالْآخِرَةَ ۙ هُمْ يُوقِنُونَ ۚ ۴ أُولَٰئِكَ عَلَىٰ هُدًى مِّن رَّبِّهِمْ
وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ۝ ۵

Alif laam miim, Kitab (Al Quran) ini tidak ada keraguan padanya; petunjuk bagi mereka yang bertakwa, (yaitu) mereka yang beriman kepada yang ghaib, yang mendirikan shalat, dan menafkahkan sebahagian rezeki yang Kami anugerahkan kepada mereka, dan mereka yang beriman kepada Kitab (Al Quran) yang telah diturunkan kepadamu dan Kitab-kitab yang telah diturunkan sebelumnya, serta mereka yakin akan adanya (kehidupan) akhirat, Mereka itulah yang tetap mendapat petunjuk dari Tuhan mereka, dan merekalah orang-orang yang beruntung

Penjelasan:

- Alif Laam Miim ialah huruf-huruf abjad yang terletak pada permulaan sebagian dari surat-surat Al Quran seperti: Alif laam miim, Alif laam raa, Alif laam miim shaad dan sebagainya. diantara ahli-ahli tafsir ada yang menyerahkan pengertiannya kepada Allah Karena dipandang termasuk ayat-ayat mutasyaabihaat, dan ada pula yang menafsirkannya. golongan yang menafsirkannya ada yang memandangnya sebagai nama surat, dan ada pula yang berpendapat bahwa huruf-huruf abjad itu gunanya untuk menarik perhatian para Pendengar supaya memperhatikan Al Quran itu, dan untuk mengisyaratkan bahwa Al Quran itu diturunkan dari Allah dalam bahasa Arab yang tersusun dari huruf-huruf abjad. kalau mereka tidak percaya bahwa Al Quran diturunkan dari Allah dan Hanya buatan Muhammad s.a.w. semata-mata, Maka cobalah mereka buat semacam Al Quran itu.
- Allah menamakan Al Quran dengan Al Kitab yang di sini berarti yang ditulis, sebagai isyarat bahwa Al Quran diperintahkan untuk ditulis.
- Takwa yaitu memelihara diri dari siksaan Allah dengan mengikuti segala perintah-perintah-Nya; dan menjauhi segala larangan-larangan-Nya; tidak cukup diartikan dengan takut saja.

- Iman ialah kepercayaan yang teguh yang disertai dengan ketundukan dan penyerahan jiwa. tanda-tanda adanya iman ialah mengerjakan apa yang dikehendaki oleh iman itu.
 - Yang ghaib ialah yang tak dapat ditangkap oleh pancaindera. percaya kepada yang ghaib yaitu, mengi'tikadkan adanya sesuatu yang maujud yang tidak dapat ditangkap oleh pancaindera, Karena ada dalil yang menunjukkan kepada adanya, seperti: adanya Allah, malaikat-malaikat, hari akhirat dan sebagainya.
 - Shalat menurut bahasa 'Arab: doa. menurut istilah syara' ialah ibadat yang sudah dikenal, yang dimulai dengan takbir dan disudahi dengan salam, yang dikerjakan untuk membuktikan pengabdian dan kerendahan diri kepada Allah. mendirikan shalat ialah menunaikannya dengan teratur, dengan melangkapi syarat-syarat, rukun-rukun dan adab-adabnya, baik yang lahir ataupun yang batin, seperti khusu', memperhatikan apa yang dibaca dan sebagainya.
 - Rezeki: segala yang dapat diambil manfaatnya. menafkahkan sebagian rezki, ialah memberikan sebagian dari harta yang Telah direzkikan oleh Tuhan kepada orang-orang yang disyari'atkan oleh agama memberinya, seperti orang-orang fakir, orang-orang miskin, kaum kerabat, anak-anak yatim dan lain-lain.
 - Kitab-kitab yang telah diturunkan sebelum Muhammad s.a.w. ialah kitab-kitab yang diturunkan sebelum Al Quran seperti: Taurat, Zabur, Injil dan Shuhuf-Shuhuf yang tersebut dalam Al Quran yang diturunkan kepada para rasul. Allah menurunkan Kitab kepada Rasul ialah dengan memberikan wahyu kepada Jibril a.s., lalu Jibril menyampaikannya kepada rasul.
 - Yakin ialah kepercayaan yang Kuat dengan tidak dicampuri keraguan sedikitpun. akhirat lawan dunia. kehidupan akhirat ialah kehidupan sesudah dunia berakhir. yakin akan adanya kehidupan akhirat ialah benar-benar percaya akan adanya kehidupan sesudah dunia berakhir.
 - Orang yang beruntung ialah orang-orang yang mendapat apa-apa yang dimohonkannya kepada Allah sesudah mengusahakannya.
- **Kriteria Orang Bertaqwa II (Q.S. Ali 'Imran / 3: 133-135)**

وَسَارِعُوا إِلَىٰ مَغْفِرَةٍ مِّن رَّبِّكُمْ وَجَنَّةٍ عَرْضُهَا السَّمَاوَاتُ وَالْأَرْضُ أُعِدَّتْ
 لِلْمُتَّقِينَ ۝ ١٣٣ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ فِي السَّرَّاءِ وَالضَّرَّاءِ وَالْكَلِيمِينَ الْعَظِيمِ
 وَالْعَافِينَ عَنِ النَّاسِ وَاللَّهُ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ ۝ ١٣٤ وَالَّذِينَ إِذَا فَعَلُوا
 فَحِشَةً أَوْ ظَلَمُوا أَنفُسَهُمْ ذَكَرُوا اللَّهَ فَاسْتَغْفَرُوا لِذُنُوبِهِمْ وَمَن يَغْفِرِ
 اللَّهُ لَنُوبٍ إِلَّا اللَّهُ وَلَمْ يُصِرُّوا عَلَىٰ مَا فَعَلُوا وَهُمْ يَعْلَمُونَ ۝ ١٣٥

Dan bersegeralah kamu kepada ampunan dari Tuhanmu dan kepada surga yang luasnya seluas langit dan bumi yang disediakan untuk orang-orang yang bertakwa, (yaitu) orang-orang yang menafkahkan (hartanya), baik di waktu lapang maupun sempit, dan orang-orang yang menahan amarahnya dan memaafkan (kesalahan) orang. Allah menyukai orang-orang yang berbuat kebajikan, Dan (juga) orang-orang yang apabila mengerjakan perbuatan keji atau menganiaya diri sendiri, mereka ingat akan Allah, lalu memohon ampun terhadap dosa-dosa mereka dan siapa lagi yang dapat mengampuni dosa selain dari pada Allah? Dan mereka tidak meneruskan perbuatan kejinya itu, sedang mereka mengetahui

- Yang dimaksud perbuatan keji (fahisah) ialah dosa besar yang mudharatnya atau dampak negatifnya tidak hanya menimpa diri sendiri tetapi juga orang lain, seperti zina dan riba. Menganiaya diri sendiri ialah melakukan dosa yang mudharatnya atau dampak negatifnya hanya menimpa diri sendiri baik yang besar atau kecil.

D. ISLAM SATU-SATUNYA AGAMA YANG BENAR DI SISI ALLAH (Q.S. ALI 'IMRAN / 3: 19, 20, 85)

إِنَّ الدِّينَ عِنْدَ اللَّهِ الْإِسْلَامُ وَمَا اخْتَلَفَ الَّذِينَ أُوتُوا الْكِتَابَ إِلَّا مِنْ بَعْدِ مَا جَاءَهُمُ

الْعِلْمُ بَغْيًا بَيْنَهُمْ وَمَنْ يَكْفُرْ بِآيَاتِ اللَّهِ فَإِنَّ اللَّهَ سَرِيعُ الْحِسَابِ ١٩

19. Sesungguhnya agama (yang diridhai) disisi Allah hanyalah Islam. Tiada berselisih orang-orang yang telah diberi Al Kitab kecuali sesudah datang pengetahuan kepada mereka, karena kedengkian (yang ada) di antara mereka. Barangsiapa yang kafir terhadap ayat-ayat Allah maka sesungguhnya Allah sangat cepat hisab-Nya

فَإِنْ حَاجُّوكَ فَقُلْ أَسْلَمْتُ وَجْهِيَ لِلَّهِ وَمَنِ اتَّبَعَنِ وَقُلْ لِلَّذِينَ أُوتُوا الْكِتَابَ

وَالْأُمَّةَ فَإِنْ أَسْلَمُوا فَقَدِ اهْتَدَوْا وَإِنْ تَوَلَّوْا فَإِنَّمَا عَلَيْكَ الْبَلَاغُ وَاللَّهُ

بَصِيرٌ بِالْعِبَادِ ٢٠

Kemudian jika mereka mendebat kamu (tentang kebenaran Islam), maka katakanlah: "Aku menyerahkan diriku kepada Allah dan (demikian pula) orang-orang yang mengikutiku". Dan katakanlah kepada orang-orang yang telah diberi Al Kitab dan kepada orang-orang yang ummi: "Apakah kamu (mau) masuk Islam". Jika mereka masuk Islam, sesungguhnya mereka telah mendapat petunjuk, dan jika mereka berpaling, maka kewajiban kamu hanyalah menyampaikan (ayat-ayat Allah). Dan Allah Maha Melihat akan hamba-hamba-Nya

وَمَنْ يَتَّبِعْ غَيْرَ الْإِسْلَامِ دِينًا فَلَنْ يُقْبَلَ مِنْهُ وَهُوَ فِي الْآخِرَةِ مِنَ الْخَاسِرِينَ ٨٥

Barangsiapa mencari agama selain agama Islam, maka sekali-kali tidaklah akan diterima (agama itu) daripadanya, dan dia di akhirat termasuk orang-orang yang rugi

E. TIDAK ADA PAKSAAN DALAM BERAGAMA ISLAM (Q.S. AL-BAQARAH/2: 256-257)

لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ قَدْ تَبَيَّنَ الرُّشْدُ مِنَ الْغَيِّ فَمَنْ يَكْفُرْ بِالطَّاغُوتِ وَيُؤْمِنْ بِاللَّهِ
فَقَدِ اسْتُبِحِرَ بِالعُرْوَةِ الوَثْقَى لَا انْفِصَامَ لَهَا وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ٢٥٦ اللَّهُ وَلِيٌّ
الَّذِينَ ءَامَنُوا يُخْرِجُهُم مِّنَ الظُّلُمَاتِ إِلَى النُّورِ وَالَّذِينَ كَفَرُوا أُولَئِكَ لَهُمُ الطَّاغُوتُ
يُخْرِجُونَهُم مِّنَ النُّورِ إِلَى الظُّلُمَاتِ أَلَمْ تَرَ أَنَّهُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

٢٥٧

Tidak ada paksaan untuk (memasuki) agama (Islam); sesungguhnya telah jelas jalan yang benar daripada jalan yang sesat. Karena itu barangsiapa yang ingkar kepada Thaghut dan beriman kepada Allah, maka sesungguhnya ia telah berpegang kepada buhul tali yang amat kuat yang tidak akan putus. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui, Allah Pelindung orang-orang yang beriman; Dia mengeluarkan mereka dari kegelapan (kekafiran) kepada cahaya (iman). Dan orang-orang yang kafir, pelindung-pelindungnya ialah syaitan, yang mengeluarkan mereka daripada cahaya kepada kegelapan (kekafiran). Mereka itu adalah penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya

F. KEHIDUPAN MANUSIA

1. Tujuan hidup mencari ridha Allah (Q.S. Al-An'am / 6: 162-163):

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ١٦٢ لَا
شَرِيكَ لَهُ وَبِذَلِكَ أُمِرْتُ وَأَنَا أَوَّلُ الْمُسْلِمِينَ ١٦٣

Katakanlah: sesungguhnya sembahyangku, ibadatku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam, Tiada sekutu bagi-Nya; dan demikian itulah yang diperintahkan kepadaku dan aku adalah orang yang pertama-tama menyerahkan diri (kepada Allah)"

2. Tugas hidup mengabdikan diri kepada Allah (Q.S. Adz-Dzariyat / 51: 56):

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ ٥٦

Dan aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka mengabdikan kepada-Ku

3. Bekal hidup seluruh alam semesta dan isinya (Q.S. Al-Jatsiyah / 45: 13):

وَسَخَّرَ لَكُم مَّا فِي السَّمَوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا مِّنْهُ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ

لِقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ

Dan Dia telah menundukkan untukmu apa yang di langit dan apa yang di bumi semuanya, (sebagai rahmat) daripada-Nya. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda (kekuasaan Allah) bagi kaum yang berfikir

4. Peranan hidup sebagai khalifah (Q.S. Al-An'am / 6: 165):

وَهُوَ الَّذِي جَعَلَكُمْ خَلَائِفَ الْأَرْضِ وَرَفَعَ بَعْضَكُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ

لِيُبْلِغَكُمْ فِي مَا آتَاكُمْ إِنَّ رَبَّكَ سَرِيعُ الْعِقَابِ وَإِنَّهُ لَغَفُورٌ رَحِيمٌ

Dan Dialah yang menjadikan kalian penguasa-penguasa di bumi dan Dia meninggikan sebagian kalian atas sebagian (yang lain) beberapa derajat, untuk menguji kalian tentang apa yang diberikanNya kepada kalian. Sesungguhnya Tuhanmu amat cepat siksaan-Nya, dan sesungguhnya Dia Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.

5. Pedoman hidup Alquran dan As-Sunnah (Q.S. An-Nisa' / 4: 59):

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِي الْأَمْرِ مِنْكُمْ فَإِن

تَلَدَّعْتُمْ فِي شَيْءٍ فَرُدُّوهُ إِلَى اللَّهِ وَالرَّسُولِ إِن كُنتُمْ تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ

الْآخِرِ ذَلِكَ خَيْرٌ أَحْسَنُ تَأْوِيلًا ٥٩

Hai orang-orang yang beriman, taatilah Allah dan taatilah Rasul (Nya), dan ulil amri di antara kamu. Kemudian jika kamu berlainan pendapat tentang sesuatu, maka kembalikanlah ia kepada Allah (Al Quran) dan Rasul (sunnahnya), jika kamu benar-benar beriman kepada Allah dan hari kemudian. Yang demikian itu lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya

6. Teladan hidup Muhammad Rasulullah saw (Q.S. Al-Ahzab / 33: 21):

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِنَا حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ

وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا ٢١

Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah

Rasulullah SAW memiliki sifat mengasihi umat dan sesama umatnya saling berkasih sayang dalam keimanan, sebagaimana dalam QS. Al Fath: 29 berikut:

مُحَمَّدٌ رَسُولُ اللَّهِ وَالَّذِينَ مَعَهُ أَشِدَّاءُ عَلَى الْكُفَّارِ رُحَمَاءُ بَيْنَهُمْ تَرَاهُمْ رُكَّعًا

سَاجِدًا يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّنَ اللَّهِ وَرِضْوَانًا سِيَاهُ فِي وُجُوهِهِمْ مِّنْ أَثَرِ السُّجُودِ

ذَلِكَ مَثَلَهُمْ فِي التَّوْرَةِ وَمَثَلَهُمْ فِي الْإِنْجِيلِ كَزَرْعٍ أَخْرَجَ شَطْهُ فَآزَرَهُ
فَأَسْتَغَظَّ فَاسْتَوَىٰ عَلَىٰ سَوْقِهِ ۖ يُعْجَبُ الزَّرَّاعُ لِيَغِيظَ بِهِمُ الْكُفَّارَ وَعَدَّ
اللَّهُ الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ مَغْفِرَةً وَأَجْرًا عَظِيمًا ٢٩

Muhammad itu adalah utusan Allah dan orang-orang yang bersama dengan dia adalah keras terhadap orang-orang kafir, tetapi berkasih sayang sesama mereka. Kamu lihat mereka ruku' dan sujud mencari karunia Allah dan keridhaan-Nya, tanda-tanda mereka tampak pada muka mereka dari bekas sujud. Demikianlah sifat-sifat mereka dalam Taurat dan sifat-sifat mereka dalam Injil, yaitu seperti tanaman yang mengeluarkan tunasnya maka tunas itu menjadikan tanaman itu kuat lalu menjadi besarlah dia dan tegak lurus di atas pokoknya; tanaman itu menyenangkan hati penanam-penanamnya karena Allah hendak menjengkelkan hati orang-orang kafir (dengan kekuatan orang-orang mukmin). Allah menjanjikan kepada orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh di antara mereka ampunan dan pahala yang besar. (Q.S. Al Fath: 29.)

7. Kawan hidup Mukminin dan Mukminat (Q.S. Al-Hujurat / 49: 10):

وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ ۚ يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ
عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَيُؤْتُونَ الزَّكَاةَ وَيُطِيعُونَ اللَّهَ وَرَسُولَهُ ۚ
أُولَٰئِكَ سَيَرْحَمُهُمُ اللَّهُ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَكِيمٌ

Artinya: "Dan orang-orang yang beriman, laki-laki dan perempuan, sebahagian mereka (adalah) menjadi penolong bagi sebahagian yang lain. Mereka menyuruh (mengerjakan) yang ma'ruf, mencegah dari yang munkar, mendirikan sholat, menunaikan zakat, dan mereka taat kepada Allah dan Rosul-Nys. Mereka itu akan diberi rahmat oleh Allah; sesungguhnya Allah Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana" (Q.S. at-Taubah: 71).

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ ١٠

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

8. Lawan hidup syaithan yang harus dijauhi (Q.S. Al-Baqarah / 2: 168):

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

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

G. PEMAHAMAN DAN PRAKTIK SHALAT

Shalat merupakan rukun Islam yang kedua. Ketika seseorang meninggal maka hal yang pertama dan paling banyak dipertanyakan tentang masalah shalat selama manusia menjalani hidup di dunia. Shalat juga merupakan salah satu bukti ketaatan dan ketaqwaan kita kepada Tuhan yang Maha Baik Allah SWT.

Menurut bahasa, Shalat adalah berdoa. Sedangkan menurut istilah shalat adalah suatu ibadah yang hukumnya wajib bagi setiap muslim yang terdiri atas dzikir dan do'a yang dalam pelaksanaannya diawali dengan niat yang diikuti takbiratul ihram dan diakhiri dengan salam dengan syarat dan rukun yang sudah ditentukan.

Setiap muslim diwajibkan untuk menjalankan shalat sebanyak 5 waktu dalam sehari yaitu isya, subuh, dzuhur, ashar, dan maghrib yang apabila dihitung masing-masing waktu pelaksanaannya maka berjumlah 17 rekaat. Dalam menjalankan shalat umat muslim disarankan untuk memperoleh khusyu'. Khusyu' dalam arti yang singkat yaitu fokus pada pekerjaan shalat dan merasa berhadapan untuk menyembah kepada Tuhan yang Baik Allah SWT.

1. HUKUM DAN TUJUAN SHALAT

Hukum shalat fardhu yaitu wajib artinya apabila ditinggalkan akan mendapat dosa. Kewajiban perintah shalat ini diperuntukkan bagi manusia muslim yang sudah dewasa artinya bisa membedakan antara yang baik dengan yang buruk dan tidak dalam keadaan gila atau mabuk.

Tujuan dari perbuatan shalat adalah untuk mencegah manusia untuk tidak melakukan perbuatan keji dan munkar. Hal ini sesuai dengan QS: Al-'Ankabut: 45 yang berbunyi :

أَتْلُ مَا أُوحِيَ إِلَيْكَ مِنَ الْكِتَابِ وَأَقِمِ الصَّلَاةَ إِنَّ الصَّلَاةَ تَنْهَى عَنِ

الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَلَذِكْرُ اللَّهِ أَكْبَرُ وَاللَّهُ يَعْلَمُ مَا تَصْنَعُونَ

Artinya : "Bacalah apa yang telah diwahyukan kepadamu, yaitu Al Kitab (Al Quran) dan dirikanlah shalat. Sesungguhnya shalat itu mencegah dari (perbuatan-perbuatan) keji dan mungkar. Dan sesungguhnya mengingat Allah (shalat) adalah lebih besar (keutamaannya dari ibadat-ibadat yang lain). Dan Allah mengetahui apa yang kamu kerjakan".

2. SYARAT SHALAT

Syarat shalat dibagi menjadi 2 yaitu Syarat wajib bagi orang yang melakukan Shalat dan Syarat syah pelaksanaan Shalat.

Syarat Wajib bagi orang yang Shalat yaitu :

- a. Beragama Islam

- b. Berakal baik atau tidak gila
- c. Dewasa artinya mampu membedakan antara yang baik dengan yang buruk.
- d. Telah paham perintah shalat
- e. Bersih dan suci dari najis, haid dan nifas.

Syarat Sah pelaksanaan Shalat yaitu :

- a. Masuk waktu shalat
- b. Menghadap ke kiblat
- c. Suci dari najis baik hadas kecil maupun besar
- d. Menutup aurat

3. RUKUN SHALAT

Rukun adalah sesuatu yang harus ada dalam suatu perbuatan (wajib).apabila tidak dilakukan sebagian atau semua maka perbuatan itu batal. Demikian juga shalat.adapun rukun shalat adalah :

1. Niat dari dalam hati
2. Posisis berdiri bagi yang mampu
3. Takbiratul ihram
4. Membaca surat al-fatihah
5. Ruku / rukuk yang tuma'ninah
6. I'tidal yang tuma'ninah
7. Sujud yang tumaninah
8. Duduk di antara dua sujud yang tuma'ninah
9. Sujud kedua yang tuma'ninah
10. Tasyahud awal/ akhir
11. Membaca salawat Nabi Muhammad SAW
12. Salam ke kanan lalu ke kiri
13. Tertib artinya berurutan

4. SUNNAH- SUNNAH DALAM SHALAT

1. Mengangkat kedua tangan
2. Meletakkan tangan kanan di atas tangan kiri saat bersedekap.
3. Mengarahkan pandangan ke tempat sujud
4. Membaca doa iftintah
5. Membaca ta'awudz sebelum membaca surat alfatihah.
6. Mengucapkan amiiin.
7. Membaca bacaan sesudah al-Fatihah
8. Menempelkan kening, hidung, mulut, kedua tangan, dan kedua kaki.
9. Membaca surat pendek

10. Duduk istirahat, sebelum bangkit menuju rakaat berikutnya adalah sunah dalam shalat.
11. Tasyahud awal
12. Membaca shalawat atas Nabi Muhammad SAW
13. Berdoa sesudah membaca shalawat
14. Salam kedua

5. YANG MEMBATALKAN SHALAT

Adapun yang membatalkan shalat adalah sebagai berikut :

1. Berbicara Dengan Sengaja saat shalat
2. Makan dan Minum saat shalat
3. Banyak Gerakan dan Terus Menerus yang bukan gerakan shalat
4. Membelakangi atau Tidak Menghadap Kiblat
5. Mengalami Hadats Kecil atau Besar
6. Tersentuh Najis baik pada Badan, Pakaian atau Tempat Shalat
7. Tertawa terbahak - bahak pada saat shalat.
8. Murtad, Mati, Gila dan mabuk
9. Berubah Niat dalam melakukan shalat
10. Meninggalkan Salah Satu Rukun Shalat dengan sengaja
11. Mendahului Imam dalam Shalat Jama'ah
12. Orang yang Shalatnya dengan Tayammum maka shalatnya batal jika terdapat air yang cukup untuk wudhu pada saat shalat.
13. Secara Sengaja Mengucapkan Salam

H. ASMAUL HUSNA (Q.S. Al-A'raf / 7: 180)

وَلِلَّهِ الْأَسْمَاءُ الْحُسْنَىٰ فَادْعُوهُ بِهَا وَذَرُوا الَّذِينَ يُلْحِدُونَ فِي أَسْمَائِهِ سَيُجْزَوْنَ

مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ ۝ ١٨٠

Hanya milik Allah asma-ul husna, maka bermohonlah kepada-Nya dengan menyebut asma-ul husna itu dan tinggalkanlah orang-orang yang menyimpang dari kebenaran dalam (menyebut) nama-nama-Nya. Nanti mereka akan mendapat balasan terhadap apa yang telah mereka kerjakan.

Berikut penjelasan tentang asma'ul husna:

NO	ASMAUL HUSNA	ARTI	KOMITMEN MANUSIA (Dorongan Suara Hati)
1.	الرحمن	Maha Pemurah/ Pengasih	Saya ingin menjadi orang yang pengasih (bersifat umum)

2.	الرحيم	Maha Penyayang	Saya ingin selalu bersifat penyayang (bersifat khusus)
3.	ملك	Maha Raja / Maha Menguasai	Saya ingin menguasai diri
4.	القدوس	Maha Suci	Saya ingin suci dalam berpikir dan bertindak
5.	السلام	Maha Menyelamatkan	Saya ingin hidup selamat / sejahtera
6.	المؤمن	Maha Mengamankan	Saya ingin selalu dipercaya
7.	المهين	Maha Merawat	Saya ingin selalu memelihara dan merawat
8.	العزیز	Maha Gagah	Saya ingin selalu gagah dan terhormat
9.	الجبار	Maha Perkasa	Saya ingin menjadi orang yang perkasa
10.	المتكبر	Maha Pembesar	Saya ingin memiliki kebesaran hati dan jiwa
11.	الخالق	Maha Pencipta	Saya ingin selalu mencipta / berkreasi
12.	البارئ	Maha Menata	Saya ingin merencanakan (visi)
13.	المصور	Maha Pembentuk	Saya ingin selalu mendesain dan mewujudkan cita-cita.
14.	الغفار	Maha Pengampun	Saya ingin selalu mengampuni orang lain
15.	القهار	Maha Pengunjuk Kekuatan	Saya ingin memiliki kekuatan untuk menopang kebaikan
16.	الوهاب	Maha Pemberi	Saya ingin selalu menjadi orang yang suka memberi (sifat)
17.	الرزاق	Maha Penabur Rizki	Saya ingin selalu memberi (praktik)
18.	الفتاح	Maha Pembuka	Saya ingin selalu membuka hati orang lain, menjadi perintis dan pelopor orang lain
19.	العليم	Maha Mengetahui	Saya ingin selalu belajar dan berilmu
20.	القابض	Maha Menahan	Saya ingin mengendalikan sesuatu (positif)
21.	الباسط	Maha Memperluas	Saya ingin selalu melapangkan jalan orang lain
22.	الخافض	Maha Merendahkan	Saya ingin merendah demi keadilan
23.	الرافع	Maha Mengangkat	Saya ingin selalu mengangkat demi keadilan

24.	المعز	Maha Menjernihkan / Memuliyakan	Saya ingin selalu menjernihkan
25.	المذل	Maha Menghinakan	Saya ingin selalu menghinakan orang-orang yang jahat demi menuju keadilan
26.	السميع	Maha Mendengar	Saya ingin selalu mendengarkan dan memahami orang lain (berempati)
27.	البصير	Maha Melihat	Saya ingin selalu melihat dan memperhatikan orang lain
28.	الحكم	Maha Menilai / Maha Menetapkan Hukum	Saya ingin mengendalikan dan melakukan kontrol dengan baik
29.	العدل	Maha Adil	Saya ingin selalu bersikap adil
30.	اللطيف	Maha Halus	Saya ingin selalu bersikap halus dan merasakan perasaan orang lain
31.	الخبير	Maha Pemberi Kabar / Maha Waspada	Saya ingin selalu berhati-hati
32.	الحليم	Maha Penyantun	Saya ingin selalu menjadi orang yang penyantun dan lembut hati
33.	العظيم	Maha Agung	Saya ingin bersifat agung
34.	الغفور	Maha Pemaaf	Saya ingin selalu menjadi pemaaf (watak)
35.	الشكور	Maha Mensyukuri / Berterima kasih	Saya ingin selalu berterima kasih kepada orang lain yang berbuat baik
36.	العلي	Maha Tinggi	Saya ingin menjadi orang yang bermartabat tinggi
37.	الكبير	Maha Besar	Saya ingin memiliki kebesaran
38.	الحفيظ	Maha Menjaga	Saya ingin selalu menjaga dan memelihara
39.	المقيت	Maha Pemberi Kekuatan /Maha Pemberi Makan	Saya ingin memperhatikan dan merasakan pengaduan orang lain
40.	الحسيب	Maha Menghitung	Saya ingin selalu teliti dan cermat dalam segala hal
41.	الجليل	Maha Tak Terukur Kebesarannya	Saya ingin memiliki pribadi yang luhur
42.	الكريم	Maha Mulia / Maha Luhur	Saya ingin selalu dermawan
43.	الرقيب	Maha Membaca Rahasia / Maha Mengamati	Saya ingin selalu mengawasi dan memantau
44.	المجيب	Maha Mengabulkan Doa	Saya ingin selalu memperhatikan keinginan orang lain

45.	الواسع	Maha Memperluas	Saya ingin memiliki wawasan yang luas
46.	الحكيم	Maha Bijaksana / Maha Menghakimi	Saya ingin selalu bersikap bijaksana (sifat)
47.	الودود	Maha Penyiram Kesejukan	Saya ingin selalu simpatik dan penyiram kesejukan
48.	المجيد	Maha Penyandang Kemegahan	Saya ingin selalu bersifat bajik kepada orang lain
49.	الباعث	Maha Membangkitkan	Saya ingin selalu membangkitkan motivasi or
50.	الشهيد	Maha Menyaksikan	Saya ingin menyaksikan sendiri segala sesuatu
51.	الحق	Maha Benar	Saya ingin selalu membela yang benar
52.	الوكيل	Maha Mengurusi / Maha Pemanggul Amanat	Saya ingin dapat dipercaya apabila diberi amanat
53.	القوي	Maha Kuat / Maha Sumber Kekuatan	Saya ingin memiliki kekuatan dan semangat yang tinggi
54.	المتين	Maha Kokoh / Maha Menggenggam Kekuatan	Saya ingin selalu bersikap teguh hati
55.	الولي	Maha Melindungi	Saya ingin selalu melindungi
56.	الحميد	Maha Terpuji	Saya ingin selalu bersikap terpuji
57.	المحصي	Maha Pengukur Dimensi	Saya ingin selalu memperhatikan semua faktor dan semua sektor
58.	المبدئ	Maha Memulai	Saya ingin selalu memulai terlebih dahulu dalam berkreasi (berinisiatif)
59.	المعيد	Maha Mengembalikan	Saya ingin mengembalikan sesuatu ke posisi yang tepat demi keadilan
60.	المحيي	Maha Menghidupkan	Saya ingin selalu menghidupkan semangat
61.	المميت	Maha Mematikan	Saya ingin mematikan pikiran jahat
62.	الحي	Maha Hidup	Saya ingin sering memberikan "kehidupan" kepada orang lain
63.	القيوم	Maha Berdiri Sendiri / Maha Menegakkan	Saya ingin selalu bersikap tegar dan mandiri
64.	الواجد	Maha Menemukan	Saya ingin melakukan sesuatu yang baru (inovasi)
65.	الماجد	Maha Agung dan Mulia	Saya ingin bersifat mulia
66.	الواحد	Maha Menyatukan	Saya ingin menjadi orang yang terbaik

67.	الاحد	Maha Esa	Saya ingin selalu menyatukan berbagai hal
68.	الصمد	Maha Tidak Tergantung	Saya ingin selalu dibutuhkan orang lain
69.	القادر	Maha Kuasa / Maha Menentukan	Saya ingin memiliki kemampuan yang memadai
70.	المقتدر	Maha Memegang Kekuasaan	Saya ingin selalu membina orang lain agar memiliki kemampuan
71.	المقدم	Maha Mendahulukan	Saya ingin mendahulukan sesuatu demi kebenaran
72.	المؤخر	Maha Mengemudiankan	Saya ingin mengakhiri dan menghentikan sesuatu demi keadilan
73.	أول	Maha Awal / Permulaan	Saya ingin selalu menjadi orang pertama (inventer)
74.	لاخر	Maha Akhir	Saya ingin selalu menjadi orang terakhir (penutup) yang menentukan
75.	الظاهر	Maha Jelas dan Menjelaskan / Maha Nyata (kekuasaan-Nya)	Saya ingin memiliki integritas yang nyata
76.	الباطن	Maha Tersembunyi / Maha Ghaib	Saya ingin selalu memperhatikan kondisi batiniah diri sendiri dan orang lain
77.	الولى	Maha Pelindung	Saya ingin mendidik dan memberikan perlindungan kepada orang lain
78.	المتعلى	Maha Meninggikan	Saya ingin memiliki ketinggian pribadi
79.	البر	Maha Pembawa Kebaikan	Saya ingin selalu jauh dari keburukan
80.	التواب	Maha Penerima Taubat	Saya ingin selalu mau menerima kesalahan orang lain
81.	المنتقم	Maha Menetapkan Pembalasan	Saya ingin memperingatkan orang yang salah/keliru demi menjaga kebaikan
82.	العفو	Maha Pemaaf	Saya ingin bersifat pemaaf
83.	الرءوف	Maha Belas Kasihan	Saya ingin bersifat pengasih kepada yang menderita.
84.	ك الملك	Maha Memiliki Kerajaan	Saya ingin selalu berhasil
85.	ذوالجلال والاکرام	Maha Mempunyai Keagungan dan Kemuliaan	Saya ingin selalu agung, mulia, dan terhormat
86.	المقسط	Maha Adil	Saya ingin adil dalam menghukum

87.	الجامع	Maha Mengumpulkan	Saya ingin selalu berkolaborasi dan bersatu
88.	الغنى	Maha Kaya	Saya ingin kaya lahir batin
89.	المغنى	Maha Pemberi Kekayaan	Saya ingin memajukan orang lain
90.	المانع	Maha Mencegah	Saya ingin selalu mencegah sesuatu yang buruk
91.	الضار	Maha Pemberi Bahaya	Saya ingin menghukum demi keadilan
92.	النافع	Maha Pemberi Manfaat	Saya ingin memberi manfaat kepada orang lain
93.	النور	Maha Cahaya	Saya ingin selalu berilmu dan mulia
94.	الهادى	Maha Penguak Hidayah	Saya ingin selalu menjadi orang yang suka membimbing
95.	البديع	Maha Pencipta Keindahan	Saya ingin selalu tampak indah dan menciptakan keindahan
96.	الباقي	Maha Kekal	Saya ingin memiliki segala sesuatu secara jangka panjang (memelihara)
97.	الوارث	Maha Pewaris	Saya ingin mewasisi dan mendelegasikan
98.	الرشيد	Maha Cendekia	Saya ingin selalu pandai dan cerdas
99.	الصبور	Maha Penyabar	Saya ingin menjadi penyabar dan tidak tergesa-gesa



**MATERI UJIAN KOMPREHENSIF LISAN
(UKL)**

KEPRODILAN-MBS

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
IAIN SALATIGA**



MATERI KOMPREHENSIF PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

1. Pengertian Manajemen

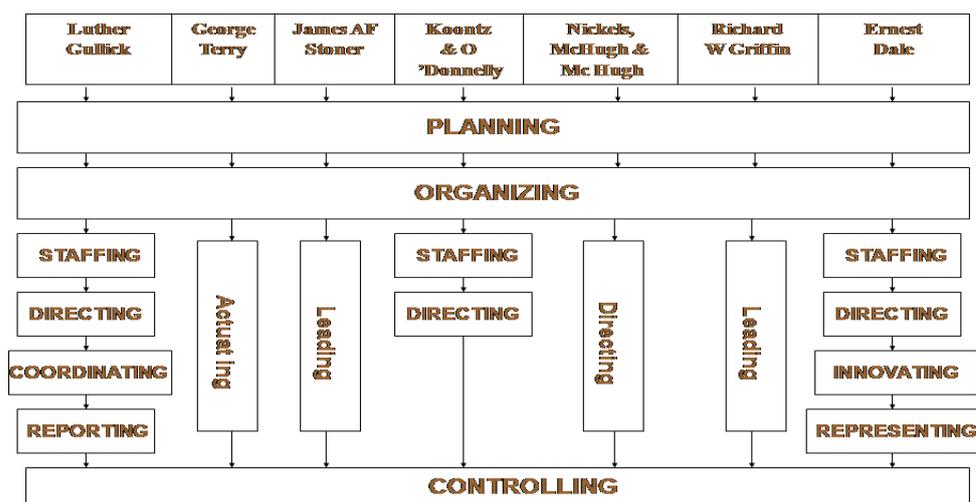
Manajemen adalah seni menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain. Definisi Mary Parker Follet ini berarti bahwa seorang manajer bertugas mengatur dan mengarahkan orang lain untuk mencapai tujuan organisasi. Ricky W. Griffin mendefinisikan manajemen sebagai sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran secara efektif dan efisien. Efektif berarti bahwa tujuan dapat dicapai sesuai dengan perencanaan, sementara efisien berarti bahwa tugas yang ada dilaksanakan secara benar, terorganisir, dan sesuai dengan jadwal.

Encyclopedia Of The Social Sciences dikatakan bahwa Manajemen adalah suatu proses dengan proses mana pelaksanaan suatu tujuan tertentu di selenggarakan dan di awasi. Jika kita meninjau dari literatur manajemen, kita akan menemukan istilah manajemen mengandung tiga pengertian yaitu :

- ✓ Manajemen sebagai suatu proses,
- ✓ Manajemen sebagai kolektivitas orang-orang yang melakukan aktivitas manajemen,
- ✓ Manajemen sebagai suatu seni (*Art*) dan sebagai suatu ilmu pengetahuan (*Science*).

2. Fungsi Manajemen

Fungsi manajemen adalah elemen-elemen dasar yang akan selalu ada dan melekat di dalam proses manajemen yang akan dijadikan acuan oleh manajer dalam melaksanakan kegiatan untuk mencapai tujuan.



Fungsi manajemen menurut beberapa pendapat para ahli manajemen antara lain:

Pada hakikatnya fungsi-fungsi di atas dapat dikombinasikan menjadi 10 fungsi yaitu :

1. *Fore Casting*

Adalah kegiatan meramalkan, memproyeksikan, atau mengadakan taksiran terhadap berbagai kemungkinan yang akan terjadi sebelum suatu rencana yang lebih pasti dapat dilakukan.

2. *Planning* (termasuk *Budgeting*)

Perencanaan ialah penentuan serangkaian tindakan untuk mencapai suatu hasil yang diinginkan. Pada hakikatnya, perencanaan merupakan proses pengambilan keputusan yang merupakan dasar bagi kegiatan-kegiatan atau tindakan-tindakan ekonomis dan efektif pada waktu yang akan datang. Proses ini memerlukan pemikiran tentang apa yang perlu dikerjakan, bagaimana dan dimana suatu kegiatan perlu dilakukan serta siapa yang bertanggung jawab terhadap pelaksanaannya.

3. *Organizing* (pengorganisasian)

Adalah keseluruhan aktivitas manajemen dalam mengelompokkan orang-orang serta penetapan tugas, fungsi, wewenang, serta tanggung jawab masing-masing dengan tujuan terciptanya aktivitas-aktivitas yang berdaya guna dan berhasil guna dalam mencapai tujuan yang jelas ditentukan terlebih dahulu.

4. *Staffing atau Asembling Resources*

Merupakan salah satu fungsi manajemen berupa penyusunan personalia pada suatu organisasi sejak dari merekrut tenaga kerja, pengembangannya sampai dengan usaha agar setiap petugas memberi daya guna maksimal kepada organisasi.

5. *Directing atau Commanding*

Ialah berfungsi untuk mengkoordinasi kegiatan berbagai unsur organisasi agar dapat efektif tertuju kepada realisasi tujuan yang ditetapkan sebelumnya.

6. *Leading*

Pekerjaan leading meliputi 5 macam kegiatan, yakni : Mengambil keputusan, Mengadakan komunikasi agar ada bahasa yang sama antara manajer dan bawahan, Memberi semangat inspirasi dan dorongan kepada bawahan supaya mereka bertindak, Memilih orang-orang menjadi anggota kelompoknya, serta Memperbaiki pengetahuan

dan sikap-sikap bawahan agar mereka terampil dalam usahamemcapai tujuan yang telah ditetapkan.

7. *Coordinating*

Yakni berfungsi untuk melakukan berbagai kegiatan agar tidak terjadi kekacauan, percekocokan, kekosongan kegiatan, dengan jalan menghubungkan-hubungkan, menyatu-padukandan menyelaraskan pekerjaan-pekerjaan bawahan. Suatu usaha yang terkoordinir ialahdimana kegiatan karyawan itu sangat harmonis, terarah dan diintergrasikan menuju tujuan bersama, sehingga diperoleh kesatuan bertidak dalam usaha mencapai tujuan organisasi.

8. *Motivating* (pendorongan kegiatan)

Fungsinya berupa pemberian inspirasi, penyemangat, dan dorongan kepada bawahan, agar bawahan melakukan kegiatan secara sukarela sesuai apa yang dikehendaki oleh atas antersebut.

9. *Controlling*

Yaitu berfungsi mengadakan penilaian dan sekaligus bila perlu mengadakan koreksi sebagaiapa saja yang sedang dilakukan bawahan dapat di arahkan kejalan yang benar denganmaksud tercapai tujuan yang sudah di gariskan semula.

10. *Reporting* (pelaporan)

Merupakan salah satu dari fungsi manajemen berupa penyampaian perkembangan atau hasilkegiatan atau pemberian keterangan mengenai segala hal yang berkaitan dengan tugas danfungsi-fungsi kepada pejabat yang lebih tinggi baik secara lisan maupun tulisan sehinggayang menerima laporan dapat memperoleh gambaran tentang pelaksanaan tugas orang yangmemberi laporan.

Namun saat ini, fungsi tersebut telah diringkas menjadi tiga , yaitu:

1. **Perencanaan (*planning*)** adalah memikirkan apa yang akan dikerjakan dengan sumber yang dimiliki. Perencanaan dilakukan untuk menentukan tujuan perusahaan secara keseluruhan dan cara terbaik untuk memenuhi tujuan itu. Manajer mengevaluasi berbagai rencana alternatif sebelum mengambil tindakan dan kemudian melihat apakah rencana yang dipilih cocok dan dapat digunakan untuk memenuhi tujuan perusahaan. Perencanaan merupakan proses terpenting dari semua fungsi manajemen karena tanpa perencanaan, fungsi-fungsi lainnya tak dapat berjalan.

2. **Pengorganisasian (*organizing*)** dilakukan dengan tujuan membagi suatu kegiatan besar menjadi kegiatan-kegiatan yang lebih kecil. Pengorganisasian mempermudah manajer dalam melakukan pengawasan dan menentukan orang yang dibutuhkan untuk melaksanakan tugas yang telah dibagi-bagi tersebut. Pengorganisasian dapat dilakukan dengan cara menentukan tugas apa yang harus dikerjakan, siapa yang harus mengerjakannya, bagaimana tugas-tugas tersebut dikelompokkan, siapa yang bertanggung jawab atas tugas tersebut, dan pada tingkatan mana keputusan harus diambil.
3. **Pengarahan (*directing*)** adalah suatu tindakan untuk mengusahakan agar semua anggota kelompok berusaha untuk mencapai sasaran sesuai dengan perencanaan manajerial dan usaha.

3. Proses Manajemen



Proses manajemen dalam suatu perusahaan / organisasi terdiri dari beberapa tahapan, yaitu :

1. Perencanaan

Menetapkan apa yang harus dilakukan perusahaan dan cara terbaik melakukannya.

- Sasaran Jangka Pendek (<1 tahun)
- Sasaran Jangka Menengah (1-5 tahun)
- Sasaran Jangka Panjang (5 tahun)

2. Pengorganisasian

Proses menata sumber daya dan kegiatan menjadi struktur yang logis.

3. Pengarahan

Seorang manajer memandu dan memotivasi karyawan untuk mencapai tujuan perusahaan

4. Pengawasan

Proses memantau kinerja perusahaan untuk menjamin perusahaan mencapai sasarnya

4. Sarana Manajemen

Man dan machine, dua sarana manajemen, untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan diperlukan alat-alat sarana (*tools*). *Tools* merupakan syarat suatu usaha untuk mencapai hasil yang ditetapkan. *Tools* tersebut dikenal dengan 6M, yaitu *men, money, materials, machines, method, dan markets*.

- ❖ *Man* merujuk pada sumber daya manusia yang dimiliki oleh organisasi. Dalam manajemen, faktor manusia adalah yang paling menentukan. Manusia yang membuat tujuan dan manusia pula yang melakukan proses untuk mencapai tujuan. Tanpa ada manusia tidak ada proses kerja, sebab pada dasarnya manusia adalah makhluk kerja. Oleh karena itu, manajemen timbul karena adanya orang-orang yang berkerja sama untuk mencapai tujuan.
- ❖ *Money* atau Uang merupakan salah satu unsur yang tidak dapat diabaikan. Uang merupakan alat tukar dan alat pengukur nilai. Besar-kecilnya hasil kegiatan dapat diukur dari jumlah uang yang beredar dalam perusahaan.

Oleh karena itu uang merupakan alat (*tools*) yang penting untuk mencapai tujuan karena segala sesuatu harus diperhitungkan secara rasional. Hal ini akan berhubungan dengan berapa uang yang harus disediakan untuk membiayai gaji tenaga kerja, alat-alat yang dibutuhkan dan harus dibeli serta berapa hasil yang akan dicapai dari suatu organisasi.

- ❖ *Material* terdiri dari bahan setengah jadi (*raw material*) dan bahan jadi. Dalam dunia usaha untuk mencapai hasil yang lebih baik, selain manusia yang ahli dalam bidangnya juga harus dapat menggunakan bahan/materi-materi sebagai salah satu sarana. Sebab materi dan manusia tidak dapat dipisahkan, tanpa materi

tidak akan tercapai hasil yang dikehendaki.

- ❖ *Machine* atau Mesin digunakan untuk memberi kemudahan atau menghasilkan keuntungan yang lebih besar serta menciptakan efisiensi kerja.
- ❖ *Metode* adalah suatu tata cara kerja yang memperlancar jalannya pekerjaan manajer. Sebuah metode dapat dinyatakan sebagai penetapan cara pelaksanaan kerja suatu tugas dengan memberikan berbagai pertimbangan-pertimbangan kepada sasaran, fasilitas-fasilitas yang tersedia dan penggunaan waktu, serta uang dan kegiatan usaha. Perlu diingat meskipun metode baik, sedangkan orang yang melaksanakannya tidak mengerti atau tidak mempunyai pengalaman maka hasilnya tidak akan memuaskan. Dengan demikian, peranan utama dalam manajemen tetap manusianya sendiri.
- ❖ *Market* atau pasar adalah tempat di mana organisasi menyebarluaskan (memasarkan) produknya. Memasarkan produk sudah barang tentu sangat penting sebab bila barang yang diproduksi tidak laku, maka proses produksi barang akan berhenti.

Artinya, proses kerja tidak akan berlangsung. Oleh sebab itu, penguasaan pasar dalam arti menyebarkan hasil produksi merupakan faktor menentukan dalam perusahaan

5. Prinsip Manajemen

Prinsip-prinsip dalam manajemen bersifat lentur dalam arti bahwa perlu dipertimbangkan sesuai dengan kondisi-kondisi khusus dan situasi-situasi yang berubah. Menurut Henry Fayol, seorang pencetus teori manajemen yang berasal dari Perancis, prinsip-prinsip umum manajemen ini terdiri dari:

1. Pembagian kerja (*division of work*)
2. Wewenang dan tanggung jawab (*authority and responsibility*)
3. Disiplin (*discipline*)
4. Kesatuan perintah (*unity of command*)
5. Kesatuan pengarahan (*unity of direction*) Mengutamakan kepentingan organisasi di atas kepentingan sendiri (*subordination of individual interests to the general interests*)
6. Pembayaran upah yang adil (*remuneration*)

7. Pemusatan (*centralisation*)
8. Hirarki (*hierarchy*)
9. Tata tertib (*order*)
10. Keadilan (*equity*)
11. Stabilitas kondisi karyawan (*stability of tenure of personnel*)
12. Inisiatif (*Inisiative*)
13. Semangat kesatuan (*esprits de corps*)

6. Pengertian Manajer

Menurut **Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)**, Manajer adalah (1) orang yang mengatur pekerjaan atau kerja sama di antara berbagai kelompok atau sejumlah orang untuk mencapai sasaran; (2) orang yg berwenang dan bertanggung jawab membuat rencana, mengatur, memimpin, dan mengendalikan pelaksanaannya untuk mencapai sasaran tertentu.

Menurut **Wikipedia Indonesia**: Manajer adalah seseorang yang bekerja melalui orang lain dengan mengoordinasikan kegiatan-kegiatan mereka guna mencapai sasaran organisasi. Menurut **Tanembaum**: Manajer adalah seseorang yang mengarahkan orang lain dan bertanggung jawab atas pekerjaan tersebut. Pemimpin adalah mereka yang menggunakan wewenang formal untuk mengorganisasi, mengarahkan dan mengontrol para bawahan yang bertanggung jawab supaya semua bagian pekerjaan dikoordinasi untuk tujuan perusahaan.

7. Fungsi, Tugas, dan Peran Manajer

Fungsi dari seorang manajer adalah:

1. Memahami visi dan misi perusahaan.
2. Harus menjabarkan visi dan misi tersebut kepada tujuan
 - Tujuan dirumuskan dengan dua dasar :
 - a) Visi dan Misi
 - b) Antisipasi (memperkirakan) tentang masa depan

- Tujuan harus memenuhi empat syarat :
 - a) *Measurable* (dapat diukur), ada data-data dan angka-angka
 - b) *Challenging* (menantang), tidak boleh mudah dicapai sehingga motivasi kerja akan dapat dibangkitkan.
 - c) *Realistic* (dapat diwujudkan) : Sesuai dengan kemampuan.
 - d) *Time Frame* (jangka waktu).
- 3. Merumuskan tindakan-tindakan yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan (membuat *plan* atau rencana)
- 4. Melakukan usaha untuk menyediakan resources dalam melaksanakan plan yang telah dibuat.
- 5. Memimpin pelaksanaan rencana agar para pegawai dapat bekerja dengan motivasi yang tinggi.
- 6. Mengendalikan pelaksanaan kegiatan serta penggunaa resource agar rencana yangdibuat dapat berjalan sebagaimana mestinya
- 7. Bersiap untuk menghadapi kontingensi (bersiap untuk menghadapi hal-hal yang di luar perkiraan).

8. Keterampilan Manajer

Robert Katz mengemukakan bahwa setiap manajer membutuhkan minimal tiga keterampilan dasar. Ketiga keterampilan tersebut adalah:

a. Keterampilan konseptual (*conceptional skill*)

Manajer tingkat atas (*top manager*) harus memiliki keterampilan untuk membuat konsep, ide, dan gagasan demi kemajuan organisasi. Gagasan atau ide serta konsep tersebut kemudian haruslah dijabarkan menjadi suatu rencana kegiatan untuk mewujudkan gagasan atau konsepnya itu. Proses penjabaran ide menjadi suatu rencana kerja yang kongkret itu biasanya disebut sebagai *proses perencanaan* atau *planning*. Oleh karena itu, keterampilan konsepsional juga merupakan keterampilan untuk membuat *rencana kerja*.

b. Keterampilan berhubungan dengan orang lain (*humanity skill*)

Selain kemampuan konsepsional, manajer juga perlu dilengkapi dengan keterampilan berkomunikasi atau keterampilan berhubungan dengan orang lain, yang disebut juga keterampilan kemanusiaan. Komunikasi yang persuasif harus

selalu diciptakan oleh manajer terhadap bawahan yang dipimpinnya. Dengan komunikasi yang persuasif, bersahabat, dan kebabakan akan membuat karyawan merasa dihargai dan kemudian mereka akan bersikap terbuka kepada atasan. Keterampilan berkomunikasi diperlukan, baik pada tingkatan manajemen atas, menengah, maupun bawah.

c. Keterampilan teknis (*technical skill*)

Keterampilan ini pada umumnya merupakan bekal bagi manajer pada tingkat yang lebih rendah. Keterampilan teknis ini merupakan kemampuan untuk menjalankan suatu pekerjaan tertentu, misalnya menggunakan program komputer, memperbaiki mesin, membuat kursi, akuntansi dan lain-lain. Selain tiga keterampilan dasar di atas, Griffin menambahkan dua keterampilan dasar yang perlu dimiliki manajer, yaitu:

a. Keterampilan manajemen waktu

Merupakan keterampilan yang merujuk pada kemampuan seorang manajer untuk menggunakan waktu yang dimilikinya secara bijaksana. Griffin mengajukan contoh kasus Lew Frankfort dari Coach. Pada tahun 2004, sebagai manajer, Frankfort digaji \$2.000.000 per tahun. Jika diasumsikan bahwa ia bekerja selama 50 jam per minggu dengan waktu cuti 2 minggu, maka gaji Frankfort setiap jamnya adalah \$800 per jam sekitar \$13 per menit.

Dari sana dapat kita lihat bahwa setiap menit yang terbuang akan sangat merugikan perusahaan. Kebanyakan manajer, tentu saja, memiliki gaji yang jauh lebih kecil dari Frankfort. Namun, waktu yang mereka miliki tetap merupakan aset berharga, dan menyianyikannya berarti membuang-buang uang dan mengurangi produktivitas perusahaan.

b. Keterampilan membuat keputusan

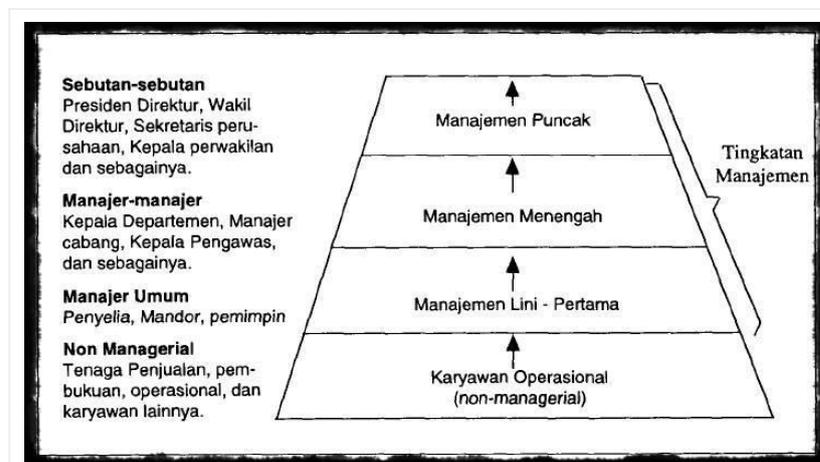
Merupakan kemampuan untuk mendefinisikan masalah dan menentukan cara terbaik dalam memecahkannya. Kemampuan membuat keputusan adalah yang paling utama bagi seorang manajer, terutama bagi kelompok manajer atas (*top manager*). Griffin mengajukan tiga langkah dalam pembuatan keputusan. Pertama, seorang manajer harus mendefinisikan masalah dan mencari berbagai alternatif yang dapat diambil untuk menyelesaikannya. Kedua, manajer harus mengevaluasi setiap alternatif yang ada dan memilih sebuah alternatif yang

dianggap paling baik. Dan terakhir, manajer harus mengimplementasikan alternatif yang telah ia pilih serta mengawasi dan mengevaluasinya agar tetap berada di jalur yang benar.

9. Tingkatan Manajemen

Bahwa manajemen digunakan dalam segala bentuk kegiatan baik kegiatan profesi maupun non profesi, baik organisasi pemerintah maupun swasta, maka manajer dapat diklasifikasikan dalam dua cara yaitu tingkatan dalam organisasi dan lingkup kegiatan yang dilakukan .

Bahwa dilihat dari tingkatan dalam organisasi, manajemen dibagi menjadi tiga golongan yang berbeda, yaitu:



Gambar 1. Tingkatan Manajemen dalam Organisasi

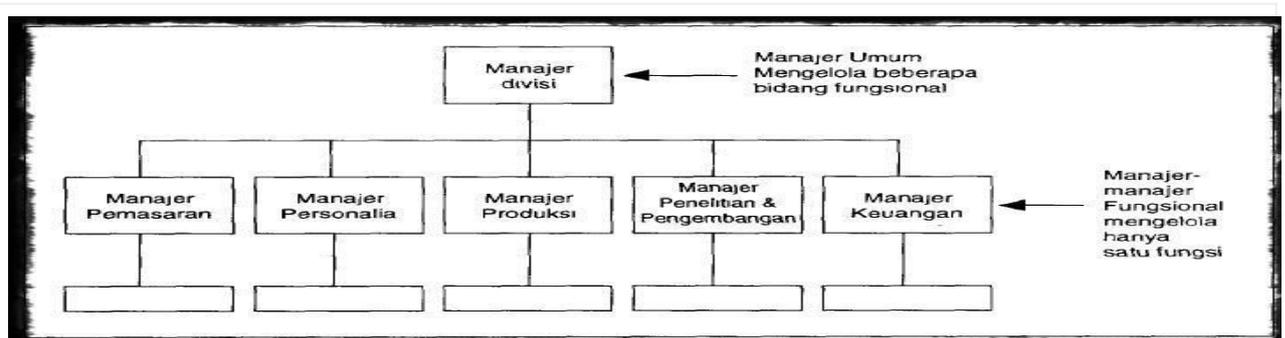
Manajemen Lini (*First-Line Management*) atau manajemen tingkat pertama, yaitu tingkatan yang paling rendah dalam suatu organisasi, di mana seorang yang bertanggung jawab atas pekerjaan orang lain, misalnya mandor atau pengawas produksi dalam suatu pabrik, pengawas teknik suatu bagian riset dan lain sebagainya.

Manajemen Menengah (*Middle Management*) yaitu mencakup lebih dari satu tingkatan di dalam organisasi. Manager menengah mengarahkan kegiatan manager lain, juga mengarahkan kegiatan-kegiatan yang melaksanakan kebijakan organisasi. Contohnya Kepala Bagian yang membawahi kepala seksi, kepala divisi dan lain sebagainya.

Manajemen Puncak (*Top Management*), terdiri atas kelompok yang relatif kecil, yang bertanggung jawab atas manajemen keseluruhan dari organisasi. Mereka menetapkan kebijaksanaan operasional dan membimbing hubungan organisasi dengan

lingkungan lainnya. Sebutan yang khas untuk manajemen puncak ini adalah *Chief Executive Officer (Direktur Utama)*, Presiden, dan Senior Vicepresident.

Menurut lingkungan kegiatan yang dilakukan dibagi menjadi dua yaitu Manajer Fungsional dan Manajer Umum. *Manajer Fungsional* bertanggung jawab pada satu kegiatan organisasi, seperti produksi, pemasaran, keuangan dan lain sebagainya, yang dipusatkan oleh kesamaan tugas. *Manajer Umum* membawahi unit yang lebih rumit, misalnya sebuah perusahaan cabang atau bagian operasional yang independen yang bertanggung jawab atas semua kegiatan unit.



Hubungan Manajer Fungsional dan Manajer Umum

Di dalam melaksanakan tugas setiap tingkatan manajer mempunyai fungsi yang berbeda. Ada dua fungsi utama atau keahlian (*skill*) yaitu keahlian teknik (*Technical Skill*) dan keahlian manajerial (*Managerial Skill*). Keahlian Teknik yaitu keahlian tentang bagaimana cara mengerjakan dan menghasilkan sesuatu yang terdiri atas pengarahan dengan motivasi, supervisi, dan komunikasi. Sedang Keahlian Manajerial yaitu keahlian yang berkenaan tentang hal penetapan tujuan perencanaan, pengorganisasian, penyusunan personalia dan pengawasan.

10. Bidang – Bidang Manajemen (Tipe Keahlian Manajerial):

a. Manajer SDM

Merekrut dan melatih karyawan, menilai kinerja, dan menetapkan kompensasi.

b. Manajer Operasi

Bertanggung jawab atas produksi, inventori, dan kendali mutu.

c. Manajer Pemasaran

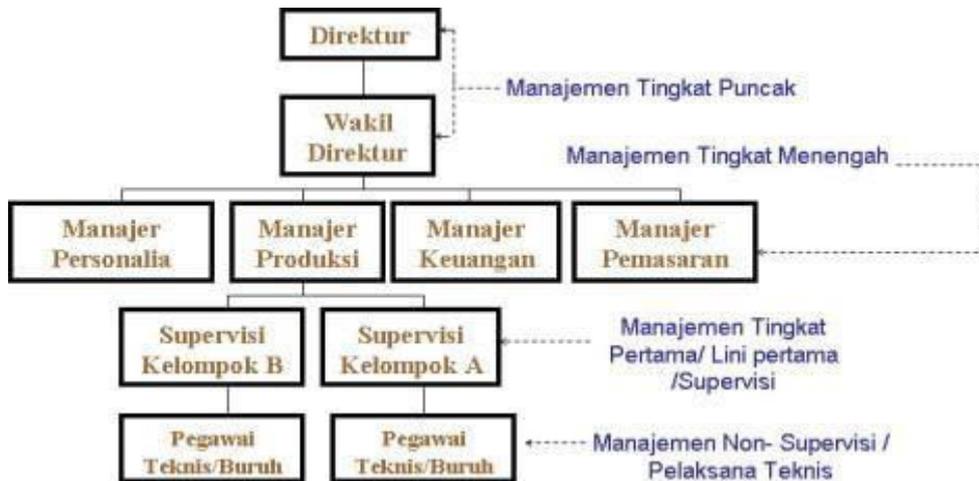
Bertanggung jawab untuk menyerahkan produk dari produsen ke konsumen

d. Manajer Informasi

Merancang dan mengimplementasikan sistem untuk mengumpulkan, mengorganisasi, dan mendistribusikan informasi.

e. Manajer Finansial:

Mengawasi fungsi akuntansi dan sumber daya keuangan



11. Masalah (Problem) Manajer

Masalah dari seorang manajer adalah:

- Para manajer selalu menghadapi ketidakpastian tentang masa depan
- Selalu menghadapi masalah keterbatasan sumber daya.

Untuk menghadapi problem tersebut, kita bisa menggunakan satu dari tiga pendekatan berikut :

- ✓ **Enterpreneur Approach** (pendekatan kewirausahaan)

Ciri : intuitif dan agresif. Hasilnya sangat tergantung pada ketepatan filingnya (resikonya lebih tinggi)

- ✓ **Adaptif Approach** (pendekatan penyesuaian)

Ciri : konservatif dan menunggu situasi berkembang. Hasil dari pendekatan ini adalah tanpa pola dan perusahaan selalu menjadi follower.

- ✓ **Planning Approach** (pendekatan perencanaan)

Ciri : menggunakan pendekatan yang struktur dan sistematis. Hasil dari pendekatan ini adalah pertumbuhan yang terencana.

12. Hubungan Manajer dengan Manajemen

Manajer dalam hubungan dengan manajemen menjelaskan tentang substansi tugas yang ada padanya. Pada satu sisi, manajer ada pada posisi tugas pelaksana kepemimpinan dengan membantu pemimpin memimpin pekerjaan yang bersifat departemenal. Di sini manajer adalah kepala atau pemimpin suatu departemen atau unit kerja dalam suatu organisasi. Pada sisi yang bersifat lebih substansial, manajemen adalah tugas seorang manajer yang berhubungan dengan pelaksanaan tugas kepemimpinan pada aras manajerial. Tentu tatkala melaksanakan tugasnya, manajer memanejemeni, tetapi perbedaannya, ialah bahwa ia memanejemeni tugasnya atas nama pemimpin yang mendelegasikan tugas manajerial kepadanya.

13. Pengertian Motivasi Kerja

Menurut arti katanya, motivasi atau motivation berarti motif, penimbulan motif atau hal yang menimbulkan dorongan. Motivasi secara umum adalah Dorongan yang dimiliki oleh dalam diri seseorang untuk melakukan tindakan tertentu dengan tujuan tertentu. Dalam manajemen kita mengenal motivasi dalam kerja. Dalam kamus administrasi, Drs. The Liang Gie CS, memberikan perumusan akan motivating atau pendorong kegiatan sebagai berikut: -pekerjaan yang dilakukan oleh seorang manajer dalam memberikan inspirasi, semangat dan dorongan kepada orang lain, dalam hal ini karyawannya untuk mengambil tindakan-tindakan.

14. Dasar – dasar Pokok Motivasi Kerja

Pada dasarnya motivasi dapat mamacu karyawan untuk bekerja keras sehingga dapat mencapai tujuan mereka. Hal ini akan meningkatkan produktivitas kerja karyawan sehingga berpengaruh pada pencapaian tujuan perusahaan.,

Sumber motivasi ada tiga factor yakni :

1. Kemungkinan untuk berkembang
2. Jenis pekerjaan
3. Apakah mereka dapat merasa bangga menjadi bagian dari perusahaan tempat mereka bekerja.

Di samping itu terdapat beberapa aspek yang terpengaruh terhadap motivasi kerja karyawan, yakni:

- a. Rasa aman dalam bekerja
- b. Mendapatkan gaji yang adil dan kompetitif
- c. Lingkungan kerja yang menyenangkan
- d. Penghargaan atas prestasi kerja dan perlakuan yang adil dari manajemen.

Dengan melibatkan karyawan dalam pengambilan keputusan, pekerjaan yang menarik menantang, kelompok dan rekan-rekan kerja yang menyenangkan, kejelasan akan standar keberhasilan, output yang diharapkan serta, bangga terhadap pekerjaan dan perusahaan dapat menjadi faktor pemicu kerja karyawan.

Pada dasarnya proses dapat digambarkan jika seseorang tidak puas akan mengakibatkan ketegangan, yang pada akhirnya akan mencapai jalan atau tindakan untuk memenuhi dan terus mencari kepuasan yang menurut ukurannya sendiri sudah sesuai dan harus terpenuhi. Sebagai contohnya, beberapa karyawan secara reguler menghabiskan sebagian besar waktunya untuk berbicara atau mendiskusikan sesuatu di kantor, yang sebenarnya hanya untuk memuaskan kebutuhan sosialnya. Langkah ini sebagai suatu usaha yang bagus, namun tidak produktif dapat mewujudkan hasil kerja atau target kerja.

15. Tujuan Motivasi

Tujuan motivasi menurut *Malayu S.P. Hasibuan (2005:146)* adalah sebagai berikut:

- a. Meningkatkan moral dan kepuasan kerja karyawan.
- b. Meningkatkan produktivitas kerja karyawan.
- c. Mempertahankan kestabilan karyawan perusahaan.
- d. Meningkatkan kedisiplinan karyawan.
- e. Mengefektifkan pengadaan karyawan.
- f. Menciptakan suasana dan hubungan kerja yang baik.
- g. Meningkatkan loyalitas, kreativitas dan partisipasi karyawan.
- h. Meningkatkan kesejahteraan karyawan.
- i. Mempertinggi rasa tanggung jawab karyawan terhadap tugas-tugasnya.
- j. Meningkatkan efisiensi penggunaan alat-alat dan bahan baku.

Berikut adalah beberapa catatan untuk mendukung dan memotivasi karyawan agar mereka dapat perform dengan pekerjaannya dan mencapai tujuan yang diinginkan:

- a. Usaha
- b. Bagaimana kita memotivasi orang agar lebih efektif dalam melakukan pekerjaannya
- c. Ketekunan

16. Insentif Bagi Para Manajer dan Eksekutif

1. Insentif jangka pendek bonus tahunan

Hal ini bertujuan untuk motivasi kinerja jangka pendek dari para manajer dan dikaitkan dengan keuntungan perusahaan. Bonus ini dapat menghasilkan penyesuaian kurang lebih 25% lebih dari total pembayaran. Tiga hal yang harus dipertimbangkan dalam hal ini adalah:

- Memenuhi syarat

Berdasarkan satu survei, sekitar 25% perusahaan memutuskan dapat memenuhi syarat berdasarkan pada sebuah kombinasi beberapa faktor, termasuk level/jabatan pekerjaan, level gaji pokok, dan pertimbangan kebebasan memilih,

Seorang eksekutif yang mendapatkan gaji dan \$ 150.000 bisa mendapatkan bonus lagi 80%. Sedangkan seorang manajer yang mendapatkan \$ 80.000 hanya bisa mendapatkan lagi 15% dari gaji bonus. Sebuah perusahaan biasa dapat membuat sebuah rencana dimana eksekutif bisa mendapatkan 45% dari gaji pokok, manajer 25% dan personalia penyeliaan 12%.

- Ukuran dana

Perusahaan juga harus memutuskan total jumlah bonus yang tersedia ukuran dana. Dalam hal ini perusahaan memiliki rumus masing-masing satu alternative adalah menyimpan sebuah jumlah minimal keuntungan.

- Penghargaan perorangan

Biasanya sebuah bonus target (dan juga jumlah maksimum, barangkali dua kali lipat bonus target) ditetapkan bagi setiap posisi yang memenuhi syarat, dan penghargaan

aktual mencerminkan kinerja seseorang. Perusahaan menghitung peringkat kinerja bagi setiap manajer, menghitung perkiraan bonus total awal, dan membandingkan total jumlah uang yang dibutuhkan dengan dana bonus yang tersedia. Jika diperlukan, mereka kemudian menyesuaikan perkiraan bonus perorangan.

Perusahaan harus memiliki peraturan yang tepat, antara lain: jangan membayar pembuat kinerja yang luar biasa dengan jumlah yang kurang daripada target penghargaan mereka, bagaimanapun kinerja organisatoris dana berikan mereka penghargaan yang lebih besar daripada yang anda berikan bagi manajer lainnya.

17. PENGERTIAN MANAJEMEN PERSONALIA/ Human Resources Development

Manajemen personalia adalah sub bidang dari manajemen umum yang menspesialisasi kan pada sumber daya manusia/perilaku manusia berhubungan dengan kegiatan perusahaan. Manajemen personalia menurut **Edwin. B. Flipppo** adalah sebagai berikut: Adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan dari pengadaan, pengembangan, pemberian balas jasa, pengintegrasian, pemeliharaan dan pemutusan hubungan kerja karyawan untuk mencapai tujuan karyawan, perusahaan, organisasi atau masyarakat.

18. FUNGSI MANAJERIAL MANAJEMEN PERSONALIA

Fungsi manajerial selalu ada dalam *setiap manajer atau pimpinan baik manajer secara umum , manajer divisi , kepala bagian , penyelia atau pimpinan kelompok khusus (spesialisasi)*. Oleh karena itu manajer personalia adalah manajer yang mau tidak mau juga harus menjalankan fungsi-fungsi manajerial yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan.

Perencanaan dari manajer personalia ditetapkan dengan jalan Menentukan program untuk membantu proses pencapaian tujuan dengan melibatkan partisipasi secara aktif dari manajer personalia dalam bidang SDM.

- **Pengorganisasian** merupakan fungsi kelanjutan kegiatan yang harus dilaksanakan setelah manajer personalia menetapkan program yang disusun. Fungsi ini menyangkut pemilihan tenaga kerja yang telah diseleksi untuk ditempatkan sesuai dengan pekerjaan maupun tingkat keahliannya. Dengan adanya manajer personalia, di anggap lebih ahli dalam masalah sumberdaya manusia mengakibatkan dia sering dimintai saran oleh manajer bagian lain jika ada masalah dengan karyawannya.

- **Pengarahan** merupakan fungsi manajer personalia dalam mengarahkan karyawan untuk bekerja secara sukarela dengan efektif dan efisien demi keberhasilan perusahaan yang sudah dimasukkan ke dalam perencanaannya.
- **Pengawasan** merupakan fungsi manajerial dari manajer personalia untuk melakukan koreksi dan perbaikan kalau terjadi penyimpangan dalam melaksanakan program yang ditetapkan melalui analisa jabatan, spesifikasi jabatan atau deskripsi jabatannya.

19. **PENYUSUNAN PERSONALIA**

Fungsi manajemen yang berkenaan dengan penarikan , penepatan , pemberian latihan dan pengembangan anggota-anggota organisasi. Penyusunan personalia secara efektif akan menentukan sukses atau gagalnya seorang manajer (*staffing*).

➤ **Proses Penyusunan Personalia**

Serangkaian kegiatan yang dilaksanakan terus menerus untuk menjaga pemenuhan kebutuhan personalia organisasi dengan orang yang tepat dalam posisi tepat dan pada waktu yang tepat (*The right man in the right place*).

Ada 2 lingkungan fungsi ini yang digunakan :

- *Lingkungan internal* (Yang terdiri dari unsur-unsur di dalam organisasi)
- *Lingkungan eksternal* (Meliputi seluruh faktor diluar organisasi secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhinya)

Langkah-langkah proses ini mencakup:

1. Perencanaan Sumber Daya Manusia

Dirancang untuk menjamin keajegan dan pemenuhan kebutuhan personalia organisasi.

2. Penarikan

Berhubungan dengan pengadaan calon-calon personalia segaris dengan rencana sumber daya manusia.

3. Seleksi

Mencakup penilaian dan pemilihan di antara calon-calon personalia.

4. Pengenalan Dan Orientasi

Dirancang untuk membantu individu-individu yang terpilih menyesuaikan

diri dengan lancar dalam organisasi.

5. Latihan Dan Pengembangan.

Meningkatkan kemampuan perseorangan dan kelompok agar mendorong efektivitas organisasi.

6. Penilaian Pelaksanaan Kerja

Dilakukan dengan membandingkan antara pelaksanaan kerja perseorangan dan standar-standar atau tujuan-tujuan yang dikembangkan bagi posisi tersebut.

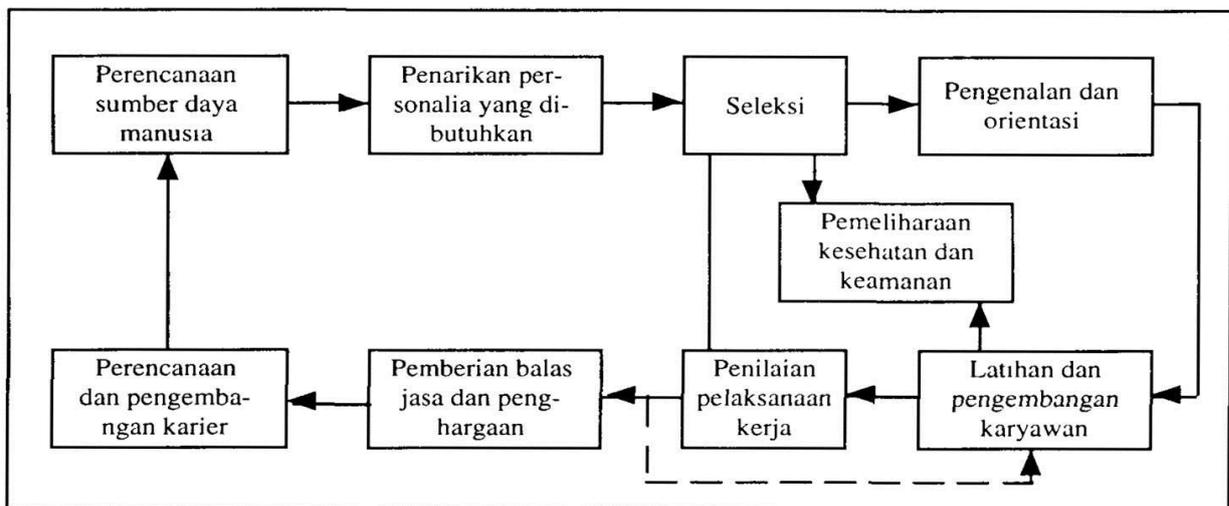
7. Pemberian Balas Jasa Dan Penghargaan,

Disediakan bagi karyawan sebagai kompensasi pelaksanaan di waktu yang akan datang.

8. Perencanaan Dan Pengembangan Karier

Mencakup transfer (promosi, demosi atau lateral , penugasan kembali, pemecatan, pemberhentian atau pensiun.

20. LANGKAH – LANGKAH PROSES PENYUSUNAN PERSONALIA



21. PERENCANAAN SUMBER DAYA MANUSIA

Sumber daya manusia adalah kemampuan terpadu dari daya pikir dan daya fisik yang dimiliki individu, perilaku dan sifatnya ditentukan oleh keturunan dan lingkungannya, sedangkan prestasi kerjanya dimotivasi oleh keinginan untuk memenuhi kepuasannya.

Perencanaan sumber daya manusia atau perencanaan tenaga kerja didefinisikan sebagai proses menentukan kebutuhan tenaga kerja dan berarti mempertemukan kebutuhan tersebut agar pelaksanaannya berinteraksi dengan rencana organisasi. Perencanaan SDM merupakan proses analisis dan identifikasi tersedianya kebutuhan akan sumber daya manusia sehingga organisasi tersebut dapat mencapai tujuannya.

Suatu organisasi tidak dapat menunggu untuk mendapatkan orang yang cakap seperti organisasi butuhkan untuk mengisi posisi tertentu . ini memerlukan perencanaan personalia yang mencakup kegiatan yang dibutuhkan untuk menyediakan tipe dan jumlah karyawan secara tepat dalam pencapaian tujuan organisasi.

22. Penentuan Kebutuhan Jabatan :

a. Spesifikasi Jabatan.

Menunjukkan kualitas minimum karyawan yang dapat diterima agar mampu menjalankan suatu jabatan dengan baik.

b. Deskripsi Jabatan.

Tugas, wewenang , tanggung jawab dan hubungan ini (atasan-bawahan). Sebelum disusun deskripsi dan spesifikasi jabatan terlebih dahulu ditentukan analisa jabatan.

c. Penentuan Tujuan Dan Rencana.

Organisasi menentukan arah , rencana pelaksanaan berupa produk baru yang akan dipasarkan hingga penentuan jumlah serta jenis karyawan yang ditarik.

d. Penentuan Kebutuhan Personalia Keseluruhan.

Organisasi memperkirakan spesialisasi pekerjaan , ketrampilan karakteristik personalia dan jumlah karyawan yang dibutuhkan.

e. Penentuan Jumlah Personalia Sekarang.

Pemahaman persediaan ini memberikan pandangan menyeluruh tentang jumlah karyawan yang tersedia dan dapat melaksanakan pekerjaan-pekerjaan tersebut

f. Penentuan Kebutuhan Personalia Bersih.

Kebutuhan bersih adalah menyangkut jumlah karyawan yang dibutuhkan , faktor- faktor lain seperti pengalaman , umur , jenis kelamin, perkiraan, jumlah pensiun , terminasi dan transfer nharus dipertimbangkan.

g. Penepatan Program Kegiatan.

Suatu program yang meliputi fungsi-fungsi personalia yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan personalia dan tujuan perusahaan termasuk penarikam , seleksi , pengembangan , pemeliharaan dan pemberian balas jasa personalia.

23. Pengembangan Sumber-Sumber Penawaran Personalia

Pada umumnya , semakin besar dan banyak sumber penawaran personalia maka semakin besar kemungkinan bagi perusahaan untuk menemukan personalia dengan kualitas yang dibutuhkan.

Ada 2 sumber – sumber penawaran personalia :

a. Sumber Internal

1) Penataran

Para karyawan yang memegang posisi sekarang di didik , dilatih atau dikembangkan untuk melaksanakan pekerjaan yang lebih baik

2) Pemindahan

Karyawan dari posisi yang kurang disenangi dalam organisasi ke posisi lain yang lebih memuaskan kebutuhannya

3) Promosi

Karyawan dari tingkat jabatan lebih rendah ke tingkat jabatan yang lebih tinggi.

b. Sumber Eksternal

Karyawan yang digunakan tergantung pada jabatan yang akan diisi , jenis tenaga kerja yang diinginkan dan kondisi ekonomi. Sumber – sumber eksternal antara lain :

1) Lamaran – lamaran pribadi

- 2) Organisasi karyawan
- 3) Kantor penempatan tenaga kerja
- 4) Sekolah
- 5) Para pesaing
- 6) Imigrasi dan migrasi

24. PENGERTIAN KOORDINASI

Koordinasi didefinisikan sebagai proses pengintegrasian (penyatuan) tujuan dan kegiatan perusahaan pada satuan yang terpisah dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan organisasi secara efisien.

Koordinasi dibutuhkan sekali oleh para karyawan, sebab tanpa koordinasi setiap karyawan tidak mempunyai pegangan mana yang harus diikuti, yang akhirnya akan merugikan organisasi itu sendiri.

25. METODE PENGURANGAN KEBUTUHAN AKAN KOORDINASI

1. Penciptaan sumber daya-sumber daya tambahan.

Sumber daya-sumber daya tambahan memberikan kelonggaran bagi satuan-satuan kerja. Penambahan tenaga kerja, bahan baku atau waktu, tugas diperingan dan masalah-masalah yang timbul berkurang.

2. Penciptaan tugas-tugas yang dapat berdiri sendiri.

Teknik ini mengurangi kebutuhan koordinasi dengan mengubah karakter satuan-satuan organisasi. Kelompok tugas yang dapat berdiri sendiri disertai suatu tanggung jawab penuh salah satu organisasi operasi (perusahaan).

26. TIPE-TIPE KOORDINASI

Terdapat 2 (dua) tipe koordinasi, yaitu:

1. Koordinasi vertikal adalah kegiatan-kegiatan penyatuan, pengarahan yang dilakukan oleh atasan terhadap kegiatan unit-unit, kesatuan-kesatuan kerja yang ada di bawah wewenang dan tanggungjawabnya.
2. Koordinasi horisontal adalah mengkoordinasikan tindakan-tindakan atau kegiatan-kegiatan penyatuan, pengarahan yang dilakukan terhadap kegiatan-kegiatan penyatuan, pengarahan yang dilakukan terhadap kegiatan-kegiatan dalam

tingkat organisasi (aparatus) yang setingkat.

27. SIFAT-SIFAT KOORDINASI

Terdapat 3 (tiga) sifat koordinasi, yaitu:

1. Koordinasi adalah dinamis bukan statis.
2. Koordinasi menekankan pandangan menyeluruh oleh seorang koordinator (manajer) dalam rangka mencapai sasaran.
3. Koordinasi hanya meninjau suatu pekerjaan secara keseluruhan.

28. SYARAT-SYARAT KOORDINASI

Terdapat 4 (empat) syarat koordinasi, yaitu:

1. *Sense of cooperation* (perasaan untuk bekerjasama), ini harus dilihat dari sudut bagian per bagian bidang pekerjaan, bukan orang per orang.
2. *Rivalry*, dalam perusahaan-perusahaan besar sering diadakan persaingan antara bagian-bagian, agar bagian-bagian ini berlomba-lomba untuk mencapai kemajuan.
3. *Team spirit*, artinya satu sama lain pada setiap bagian harus saling menghargai.
4. *Esprit de corps*, artinya bagian-bagian yang diikutsertakan atau dihargai, umumnya akan

29. CIRI-CIRI KOORDINASI

Koordinasi mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

1. Bahwa tanggungjawab koordinasi adalah terletak pada pimpinan. Oleh karena itu, koordinasi adalah merupakan tugas pimpinan.
2. Adanya proses (continues process). Karena koordinasi adalah pekerjaan pimpinan yang bersifat berkesinambungan dan harus dikembangkan sehingga tujuan dapat tercapai dengan baik.
3. Pengaturan secara teratur usaha kelompok. Oleh karena koordinasi adalah konsep yang ditetapkan di dalam kelompok, bukan terhadap usaha individu, maka sejumlah individu yang bekerjasama, di mana dengan koordinasi menghasilkan suatu usaha kelompok yang sangat penting untuk mencapai efisiensi dalam melaksanakan kegiatan organisasi.
4. Konsep kesatuan tindakan. Hal ini adalah merupakan inti dari koordinasi. Kesatuan usaha, berarti bahwa harus mengatur sedemikian rupa usaha-usaha tiap

kegiatan individu sehingga terdapat adanya keserasian di dalam mencapai hasil.

Tujuan koordinasi adalah tujuan bersama, kesatuan dari usaha meminta suatu pengertian kepada semua individu, agar ikut serta melaksanakan tujuan sebagai kelompok di mana mereka bekerja.

30. RENTANG MANAJEMEN

Rentang manajemen atau rentang kendali adalah kemampuan manajer untuk melakukan koordinasi secara efektif yang sebagian besar tergantung jumlah bawahan yang melapor kepadanya. Prinsip rentang manajemen berkaitan dengan jumlah bawahan yang dapat dikendalikan secara efektif oleh seorang manajer. Bawahan yang terlalu banyak kurang baik, demikian pula jumlah bawahan yang terlalu sedikit juga kurang baik.

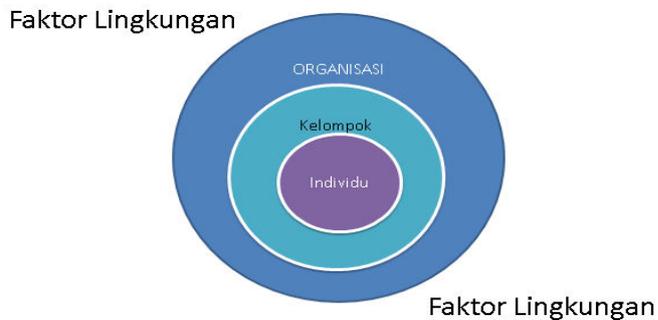
Prinsip rentang manajemen berkaitan erat dengan jumlah bawahan yang dapat dikendalikan secara efektif oleh manajer atau atasan. Antara rentang manajemen dan koordinasi saling berhubungan erat. Ada anggapan bahwa semakin besar jumlah rentangan semakin sulit untuk mengkoordinasikan kegiatan bawahan secara efektif.

31. PERILAKU ORGANISASI

Organisasi berasal dari kata organ yang dalam bahasa Yunani berarti alat. Sehingga organisasi dapat didefinisikan sebagai alat / suatu wadah yang di dalamnya terdapat dua atau lebih individu yang berinteraksi satu sama lain mempunyai konsep yang sama, pemikiran yang sama karena memiliki tujuan yang sama. Menurut Robbins (1994) organisasi adalah kesatuan (*entity*) sosial yang dikoordinasikan secara sadar, dengan sebuah batasan yang relatif dapat diidentifikasi, yang bekerja untuk mencapai suatu tujuan bersama atau sekelompok tujuan.

Perilaku merupakan tingkah laku atau pandangan-pandangan atau perasaan yang disertai kecenderungan untuk bertindak. Sehingga **Perilaku Organisasi** (*Organizational Behavior*) adalah suatu bidang studi yang menginvestasikan dampak perilaku dari individu, kelompok dan struktur dalam organisasi dengan maksud menerapkan pengetahuan untuk memperbaiki efektifitas organisasi. Atau dapat juga diartikan bahwa perilaku organisasi merupakan telaah dari penerapan pengetahuan tentang bagaimana orang-orang bertindak di dalam organisasi.

Tingkatan Analisis Perilaku Organisasi



1. **Tingkatan Individu:** Organisasi merupakan kumpulan individu yang memiliki kebutuhan, minat, persepsi, sikap, nilai kepribadian, dan hal lain yang berbeda. Perilaku individual adalah reaksi yang dimiliki seseorang terhadap segala sesuatu yang dilihat, dirasa dan dipahami untuk selanjutnya terbentuk dalam perbuatan dan sikap. Setiap orang memiliki pandangan yang berbeda –beda dalam menilai dan memahami setiap keadaan apalagi jika dilihat dari latar belakang (*backgroud*) yang pernah dijalani. Aplikasinya tergambar pada setiap keputusan yang dibuat dimana keputusan tersebut bisa memberi dampak pada organisasi tempat bernaung/bekerja.
2. **Tingkatan Kelompok:** Kelompok memiliki norma, budaya, sikap, etika yang membentuk pola perilaku kelompok.
3. **Tingkatan Organisasi:** Organisasi memiliki norma, budaya, dll yang membentuk pola perilaku organisasi.

32. BUDAYA ORGANISASI

Budaya adalah hasil karya cipta manusia yang telah dihiduskan dan dipakai sebagai bagian tata kehidupan sehari-hari. Suatu budaya yang dipakai dan diterapkan dalam kehidupan selama periode waktu yang lama akan mempengaruhi pola pembentukan dari suatu masyarakat. **Budaya organisasi** adalah suatu kebiasaan yang telah berlangsung lama dan dipakai serta diterapkan dalam kehidupan aktivitas kerja sebagai salah satu pendorong untuk meningkatkan kualitas kerja para karyawan. Jones (2001) mendefinisikan budaya organisasi sebagai sekumpulan nilai dan norma hasil berbagai yang mengendalikan interaksi anggota organisasi satu sama lain dan dengan orang di

luar organisasi.

Sebuah budaya organisasi tidak dengan sendirinya terbentuk, namun melalui proses yang panjang yang menyangkut berbagai interaksi yang terjadi di lingkungan organisasi tersebut. Suatu organisasi memiliki karakteristiknya masing-masing, dan karakteristik tersebutlah yang membedakan satu organisasi dengan organisasi lainnya. Karakteristik utama yang menjadi pembeda budaya organisasi menurut Robbins, yaitu:

1. Inisiatif individu. Tingkat tanggung jawab, kebebasan, dan independensi yang dipunyai individu.
2. Toleransi terhadap tindakan berisiko. Sejauh mana para pegawai dianjurkan untuk bertindak agresif, inovatif, dan mengambil risiko.
3. Arah. Sejauhmana organisasi tersebut menciptakan dengan jelas sasaran dan harapan mengenai prestasi.
4. Integrasi. Tingkat sejauhmana unit-unit dalam organisasi didorong untuk bekerja dengan cara yang terkoordinasi.
5. Dukungan dari manajemen. Tingkat sejauh mana para manajer memberi komunikasi yang jelas, bantuan, serta dukungan terhadap bawahan mereka.
6. Kontrol. Jumlah peraturan dan pengawasan langsung yang digunakan untuk mengawasi dan mengendalikan perilaku pegawai.
7. Identitas. Tingkat sejauh mana para anggota mengidentifikasi dirinya secara keseluruhan dengan organisasinya ketimbang dengan kelompok kerja tertentu dengan bidang keahlian profesional.
8. Sistem imbalan. Tingkat sejauhmana alokasi tambahan (kenaikan gaji, promosi, dll) didasarkan atas kriteria potensi pegawai sebagai kebalikan dari senioritas, sikap pilih kasih dan sebagainya.
9. Toleransi terhadap konflik. Tingkat sejauh mana para pegawai didorong untuk mengemukakan konflik dan kritik secara terbuka.
10. Pola-pola komunikasi. Tingkat sejauh mana komunikasi organisasi dibatasi oleh hierarki kemenangan yang formal.

Suatu organisasi jika ingin mempertahankan budaya kuat maka organisasi tersebut harus konsisten dan berusaha semaksimal mungkin menerapkannya secara terus menerus kepada para karyawannya. Namun, jika suatu perusahaan berusaha mengubah budaya organisasi yang dianggap tidak layak lagi untuk diterapkan, maka perlu dimengerti dan dipahami apakah para karyawan siap untuk perubahan budaya organisasi tersebut atau

melakukan penolakan. Apalagi jika para karyawan menganggap perubahan budaya hanya akan memperumit keadaan atau tidak efektif untuk menyelesaikan permasalahan yang ada.

33. KEPEMIMPINAN

Pemimpin dan kepemimpinan tidak dapat dipisahkan karena seorang pemimpin harus memiliki jiwa kepemimpinan. Jiwa kepemimpinan tidak bisa begitu saja diperoleh namun merupakan merupakan sebuah proses yang terbentuk dari waktu ke waktu hingga akhirnya mengkristal dalam sebuah karakteristik. Kepemimpinan merupakan suatu ilmu yang mengkaji secara komprehensif tentang bagaimana mengarahkan, mempengaruhi, dan mengawasi orang lain untuk mengerjakan tugas sesuai dengan perintah yang direncanakan. Menurut Griffin (2003) pemimpin adalah individu yang mampu mempengaruhi perilaku orang lain tanpa harus mengandalkan kekerasan, pemimpin adalah individu yang diterima oleh orang lain sebagai pemimpin. Sedangkan kepemimpinan menurut Robbins (2003) adalah kemampuan untuk mempengaruhi suatu kelompok ke arah tercapainya tujuan.

Salah satu tugas besar pemimpin adalah mewujudkan visi dan misi organisasi. Sehingga pemimpin harus bisa menyamakan visi dan misi yang dimilikinya dengan visi dan misi organisasi tersebut. Pemimpin merupakan seorang pribadi yang memiliki kecakapan dan kelebihan khususnya di suatu bidang, sehingga dia mampu mempengaruhi orang lain untuk bersama-sama melakukan aktivitas tertentu demi pencapaian satu atau beberapa tujuan.

Beberapa ciri pemimpin yang baik menurut George R. Terry, yaitu:

1. Energi: memiliki kekuatan mental dan fisik
2. Stabilitas emosi: seorang pemimpin tidak boleh berprasangka jelek terhadap bawahannya, pemimpin tidak boleh cepata marah dan punya rasa percaya pada diri yang besar.
3. *Human relationship*: mempunyai pengetahuan tentang hubungan manusia.
4. *Personal motivation*: keinginan untuk menjadi pemimpin harus besar dan dapat memotivasi diri sendiri
5. *Communication skill*: mempunyai kecakapan untuk berkomunikasi.
6. *Teaching skill*: mempunyai kecakapan untuk mengajarkan, menjelaskan, dan mengembangkan bawahannya.

7. *Social skill*: mempunyai keahlian di bidang sosial, supaya terjamin kepercayaan dan kesetiaan bawahannya. Ia harus senang menolong, senang jika bawahannya maju, peramah serta luwes dalam pergaulan.
8. *Technical competent*: mempunyai kecakapan menganalisis, merencanakan mengorganisasi, mendelegasikan wewenang, mengambil keputusan dan mempunyai konsep.

Gaya kepemimpinan

Otoriter	Demokratik	Laissez-faire
Pemimpin menahan semua kewenangan & tanggung jawab	Pemimpin mendelegasikan sebagian besar wewenang dan tetap mempertahankan tanggung jawab utama	Pemimpin menyerahkan tanggung jawab dan wewenang kepada kelompok
Pemimpin menugaskan seseorang melaksanakan tugas tertentu	Pekerjaan dibagi berdasarkan partisipasi seseorang dalam pengambilan keputusan	Para anggota kelompok diminta untuk mengerjakan pekerjaan sesuai dengan kehendak & kemampuan
Komunikasi lebih banyak dari atas ke bawah	Komunikasi berjalan 2 arah secara aktif	Komunikasi lebih banyak mengalir secara horizontal diantara para rekan sekerja
(+) Memberikan tekanan untuk menghasilkan kinerja yang teratur & bisa diramalkan	(+) Memberikan komitmen personal melalui partisipasi	(+) Memungkinkan timbulnya inisiatif untuk melakukan suatu pekerjaan yang dianggap sesuai tanpa harus ada campur tangan atasan
(-) Memandulkan inisiatif pribadi	(-) Proses demokrasi menghabiskan waktu	(-) Kelompok dapat terombang ambil karena arahan pimpinan tidak jelas

34. KOMUNIKASI DALAM ORGANISASI

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan atau maksud yang dilakukan melalui satu pihak atau seseorang kepada pihak atau orang lain baik dilakukan secara langsung atau melalui media. Definisi lain dari komunikasi diantaranya, menurut:

- a. Shannon & Weaver: Komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yg saling pengaruh mempengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak sengaja. Tidak terbatas pada bentuk komunikasi menggunakan bahasa verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni, dan teknologi.
- b. Carl I. Hovland: Komunikasi adalah proses yg memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan untuk mengubah perilaku orang lain.

Dalam komunikasi dibutuhkan komunikator dan komunikan, yaitu:

- a. **Komunikator** adalah pengirim (*sender*) yang mengirim pesan kepada komunikan dengan menggunakan media tertentu. Komponen yang sangat berpengaruh dalam suatu komunikasi, awal (sumber) terjadinya suatu komunikasi, atau *sender* yaitu pihak yang mengirimkan pesan kepada pihak lain. Komunikasi berguna untuk menyampaikan ide, keinginan dan harapan peserta didik dalam menjalankan bisnis.
- b. **Komunikan**, penerima (*receiver*) atau sering menerima pesan dari komunikator, kemudian memahami, menerjemahkan dan akhirnya memberi respon di sebut dengan komunikan, *receiver* adalah pihak yang menerima pesan dari pihak lain.

Sedangkan komunikasi organisasi merupakan arus informasi, pertukaran informasi, dan pemindahan arti di dalam suatu organisasi. **Komunikasi organisasi** adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi.

- a. **Komunikasi formal** adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi kepentingan organisasi. Isinya berupa cara kerja di dalam organisasi, produktivitas, dan berbagai pekerjaan yang harus dilakukan dalam organisasi. Misalnya: memo, kebijakan, pernyataan, jumpa pers, dan surat-surat resmi.

Jenis komunikasi formal:

- a. Komunikasi *superior-subordinat* yakni komunikasi organisasi yang alurnya dari atasan ke bawahan.
 - b. Komunikasi *subordinate-superior* adalah jenis komunikasi organisasi yang berawal dari bawahan menuju atasan.
 - c. Komunikasi **interaktif** adalah jenis komunikasi organisasi yang terjalin di antara anggota sesama anggota atau pemimpin dengan pemimpin. Titik berat dari komunikasi model ini adalah komunikasi organisasi yang terjalin dari orang-orang yang setingkat.
- b. **Komunikasi informal** adalah komunikasi yang disetujui secara sosial. Orientasinya bukan pada organisasi, tetapi lebih kepada anggotanya secara individual.

Bentuk cara berkomunikasi mampu mempengaruhi sampainya sebuah pesan secara cepat atau lambat termasuk pesan yang ditangkap salah dimengerti. Dalam ilmu komunikasi terdapat dua bentuk komunikasi yang sering terjadi, yaitu:

- **Komunikasi verbal.** Komunikasi organisasi jenis ini adalah komunikasi yang biasa disebut komunikasi langsung atau *face to face*. Komunikasi verbal dianggap sebagai bentuk komunikasi yang tegas dan jelas. Komunikasi ini bisa berbentuk lisan dan tulisan.
- **Komunikasi non verbal.** Jenis komunikasi ini adalah jenis komunikasi organisasi yang penyampaian pesannya tanpa kata (wacana). Maksudnya komunikasi yang penyampaian pesannya bisa melalui gerak badan, tatapan mata gerak tangan atau isyarat-isyarat lainnya.

Model-model Komunikasi Organisasi

1. Model Komunikasi Organisasi Linier

- Model pertama di dalam komunikasi organisasi adalah model komunikasi yang memiliki sifat monolog. Komunikasi model linier adalah sebuah keadaan komunikator memberikan stimuli dan komunikan memberikan respon tanpa mengadakan seleksi dan interpretasi.
- Arti dari tanpa mengadakan seleksi dan interpretasi adalah sebuah pesan diterima tanpa dicerna terlebih dahulu. Semua langsung paham dan langsung dikerjakan sesuai arahan.

2. Model Komunikasi Organisasi Interaksional

- Model komunikasi organisasi interaksional di sini adalah komunikasi yang telah terjadi *feedback* atau umpan balik.
- Komunikasi organisasi model ini berlangsung dua arah, konkritnya terdapat dialog antara komunikator dan komunikan. Dua-duanya bisa bertukar posisi sesuai pesan yang akan ditukar dan dipersepsikan.

3. Model Komunikasi Organisasi Transaksional

- Model komunikasi organisasi ini merupakan sebuah pandangan bahwa di dalam organisasi untuk menentukan sebuah keputusan harus dilakukan melalui persetujuan bersama.
- Di sinilah pentingnya sebuah komunikasi organisasi yakni mengkomunikasikan ide-ide dan gagasan terkait kebersamaan untuk mencapai tujuan organisasi.

35. MANAJEMEN KONFLIK

Ada pendapat yang mengatakan bahwa setiap orang pasti memiliki perbedaan. Perbedaan tersebut dilatarbelakangi oleh beberapa sebab seperti latar belakang pengalaman, referensi, keluarga, pendidikan, organisasi, dll. Dimana perbedaan tersebut baik secara

langsung maupun tidak langsung telah melahirkan konflik. Menurut Handoko (2002) konflik merupakan segala macam interaksi pertentangan atau antagonistik antara dua pihak atau lebih. Sedangkan konflik organisasi adalah ketidak sesuaian antara dua atau lebih anggota-anggota atau kelompok-kelompok organisasi yang timbul karena adanya kenyataan bahwa mereka harus membagi sumber daya yang terbatas, atau kegiatan kerja atau karena perbedaan status, tujuan, nilai dan persepsi. Konflik dapat timbul karena pertama: peristiwa sehari-hari; kedua: adanya tantangan; ketiga: timbulnya pertentangan.

Jenis-jenis konflik:

1. Konflik pada diri sendiri
2. Konflik antar individu
3. Konflik individu dengan institusi

Tabel 7.1: Pandangan Lama dan Baru Tentang Konflik

Pandangan Lama.	Pandangan Baru
1. Konflik dapat dihindarkan.	1. Konflik tidak dapat dihindarkan
2. Konflik disebabkan oleh kesalahan-	2. Konflik timbul karena banyak sebab,
3. kesalahan manajemen dalam perancangan dan pengelolaan organisasi atau oleh pengacau.	3. termasuk struktur organisasi, perbedaan tujuan yang tidak dapat dihindarkan, perbedaan dalam persepsi dan nilai-nilai pribadi dan sebagainya.
4. Konflik mengganggu organisasi dan menghalangi pelaksanaan optimal.	4. Konflik dapat membantu atau menghambat pelaksanaan kegiatan organisasi dalam berbagai derajat.
5. Tugas manajemen adalah menghilangkan konflik.	5. Tugas manajemen adalah mengelola tingkat konflik dan penyelesaiannya.
6. Pelaksanaan kegiatan organisasi yang optimal membutuhkan penghapusan konflik.	6. Pelaksanaan kegiatan organisasi yang optimal membutuhkan tingkat konflik yang moderat.

Sumber: T. Hani Handoko.¹⁵⁾

Pimpinan dalam manajemen konflik memiliki pengaruh besar dalam memengaruhi timbulnya konflik atau bahkan menyelesaikan konflik. Sehingga perlu adanya hubungan yang kuat bagi pemimpin untuk membawa konflik dari arah negatif ke arah positif. Namun, jika konsepnya salah maka konflik tersebut akan menjadi besar dan berbahaya. Oleh karena itu seorang pemimpin harus paham bagaimana mengelola konflik, yaitu mengubah konflik menjadi motivasi yang mampu memengaruhi peningkatan produktivitas perusahaan.

Teknik – teknik manajemen konflik

Teknik pemecahan konflik	
Pemecahan masalah	Pertemuan tatap muka dari pihak-pihak yang berkonflik dengan maksud mengidentifikasi masalah dan memecahkannya dengan pembahasan yang terbuka
Tujuan masalah	Menciptakan suatu tujuan bersama yang tidak dapat dicapai tanpa kerjasama dari masing-masing pihak berkonflik

Perluasan sumber daya	Bila konflik disebabkan oleh kelangkaan sumber daya, misal uang, kesempatan promosi, ruangan kantor maka perluasan sumber daya dapat menciptakan pemecahan masing-masing.
Penghindaran	Menarik diri dari atau menekan konflik
Perataan	Mengecilkan arti perbedaan sementara menekankan kepentingan bersama antara pihak-pihak yang berkonflik
Kompromi	Tiap pihak pada konflik itu melepaskan (mengorbankan) sesuatu yang berharga.
Komando otoritatif	Manajemen menggunakan otoritas formal untuk memecahkan konflik dan kemudian mengkomunikasikan keinginan kepada pihak-pihak yang terlibat
Mengubah variabel manusia	Menggunakan variabel perubahan perilaku manusia, misalnya pelatihan hubungan manusia untuk mengubah sikap dan perilaku yang menyebabkan konflik
Mengubah variabel struktur	Mengubah struktur organisasi formal dan pola struktural interaksi dari pihak-pihak yang berkonflik lewat desain ulang pekerjaan, pemindahan, penciptaan posisi koordinasi, dll

36. Manajemen Keuangan Syariah

Saat ini ekonomi dan keuangan syariah terus mengalami perkembangan, sehingga dibutuhkan kajian dan konsep dan teori keuangan syariah yang lebih mendalam lagi. Perusahaan yang berbasis syariah harus beroperasi tanpa menggunakan instrument bunga dan sesuai prinsip syariah. Manajemen keuangan merupakan penerapan teori keuangan dalam sebuah lembaga. Manajemen keuangan syariah merupakan sebuah pengaturan kegiatan keuangan perusahaan berdasarkan prinsip-prinsip syariah (Muhammad, 2014) atau dengan kata lain MKS merupakan manajemen terhadap fungsi-fungsi keuangan perusahaan yang berada dalam koridor syariah. Kegiatan keuangan perusahaan ini mencakup perencanaan keuangan, analisis keuangan dan pengendalian keuangan yang dilakukan oleh seorang manajer keuangan yang mempunyai kemampuan dalam menganalisis bisnis, investasi dan surat-surat berharga lainnya.

Secara umum perusahaan mempunyai fungsi:

1. Fungsi keuangan
2. Fungsi pemasaran
3. Fungsi produksi
4. Fungsi personalia

37. Pentingnya Manajemen Keuangan Syariah

Modal yang dimiliki perusahaan berasal dari dana yang diinvestasikan oleh investor yang akan digunakan untuk membelanjai aktifitas perusahaan. Oleh karena itu diperlukan sistem dan metode pengelolaan yang tepat agar pemanfaatannya dapat optimal dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Fungsi Manajemen Keuangan Syariah:

1. Keputusan investasi
Terkait dengan bagaimana manajer mengalokasikan dana ke dalam investasi yang mendatangkan keuntungan dengan ketentuan bahwa hasilnya hanya boleh diproyeksikan.
2. Keputusan pendanaan
Terkait dengan bagaimana perusahaan mendapatkan dana, sehingga seorang manajer harus jeli mengkombinasikan sumber dana yang ekonomis.
3. Keputusan bagi hasil/deviden
Terkait dengan kemampuan perusahaan memberikan bagi hasil kepada investor dan kestabilannya.
4. Keputusan zakat perusahaan
Terkait dengan kegiatan perusahaan di samping kegiatan operasional yang bersifat profit ekonomis.

38. Sejarah Lembaga Keuangan

Sejarah Lembaga Keuangan Syariah telah berawal sejak jaman Rasulullah SAW dan mengalami fase perkembangan hingga saat ini.

1. Jaman Rasulullah SAW
Telah mempraktikkan **fungsi** bank namun tidak melalui bentuk lembaga dengan fungsi: menerima titipan harta. Meminjamkan uang untuk keperluan konsumsi dan bisnis, melakukan pengiriman uang,
2. Jaman Bani Umayyah dan Bani Abbasiyah
Menggabungkan beberapa fungsi menjadi satu. Namun fungsi-fungsi tersebut

hanya dilakukan oleh satu orang (Jihbiz/bankir) dengan menggunakan jenis mata uang yang memiliki kandungan logam mulia yang berbeda. Pada zaman ini merupakan cikal lahirnya praktek penukaran uang dan cek.

3. Praktik di Eropa

Fungsi-fungsi yang tadinya dilakukan oleh individu telah dilakukana oleh hadirnya bank dan berbasis bunga (*interest*). Pada jaman ini Eropa mulai menjelajah dunia dan peradapan negara-negara jajahan termasuk negara muslim.

4. Perbankan Syariah Modern

Ditandai dengan lahirnya Mit Ghamr Local Saving Bank di Mesir pada tahun 1963 yang sukses namun runtuh karena persoalan politik dan kemudian diambil alih oleh National Bank of Egypt yang berbasis bunga. Tahun 1971 pada era Sadat didirikan kembali Nasser Social Bank yang berbasis nir-bunga (tanpa bunga) sehingga menjadi inspirasi negara Muslim lainnya yang mendapat fasilitas dari OKI dengan salah satu agendanya yaitu pendirian bank islam (Islamic Development Bank/IDB).

5. Bank Syariah di Indonesia

Ditandai dengan lahirnya Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada tahun 1992. Indonesia menganut dual banking system dimana bank syariah dan bank konvensional hidup secara berdampingan dengan segmen pasar yang sama.

39. Fungsi Lembaga Keuangan Syariah

Lembaga keuangan syariah mempunyai beberapa fungsi utama yaitu:

1. Fungsi manajer investasi: berperan sebagai mudharib terhadap investasi (simpanan tabungan) yang ditanamkan oleh shahibul maal
2. Fungsi investor: berperan sebagai shahibul maal terhadap penyaluran dana melalui pembiayaan yang diberikan kepada nasabah
3. Fungsi jasa perbankan: memberikan layanan jasa keuangan

40. Uang dalam Lembaga Keuangan Syariah

Dalam ekonomi syariah, uang hanya boleh berfungsi sebagai alat tukar dan tidak boleh dijadikan sebagai komoditas sehingga harus didukung oleh konsep *economic value of time* yang dimana kenaikan nilai uang harus ada usaha yang menyertainya seperti kegiatan usaha, jual beli, sewa menyewa dll.

41. KONSEP FUNDAMENTAL KEUANGAN SYARIAH

a. Harta dan Akad Pengembangan Harta

Aset dan akad pengembang harta pada keuangan syariah dapat berupa:

1. Tabungan/deposito
2. Reksadana
3. Asuransi
4. Pasar modal syariah

Harta tersebut perlu dilakukan pengelolaan dengan baik sesuai dengan ketentuan yang ada dalam manajemen harta dalam Islam. Kondisi yang terjadi dalam manajemen harta dalam Islam adalah bahwa manajemen kekayaan Islam sejauh ini belum mencerminkan hakikat pengelolaan kekayaan Islam. Sehingga muncul persepsi “pengelolaan harta para pemilik orang kaya untuk memelihara/menggandakan/menumpuk kekayaan mereka secara syariat/halal” (Muhamad, 2014:109). Selama ini aplikasi keuangan syariah masih sebatas aplikasi halal saja yang bebas dari riba. Aplikasi bebas dari riba/judi merupakan aplikasi minimum dari praktek ekonomi-keuangan syariah. Untuk menuju praktek ekonomi-Islam maka nilai-nilai perilaku ekonomi Islam harus diperkenalkan dan dipraktikkan yaitu mencari harta bukan hanya untuk kemanfaatan/keshalehan individu tetapi juga keshalehan sosial.

Solusi yang bisa dilakukan terkait kondisi tersebut di atas adalah:

- a. Harta yang baik adalah harta yang berada di tangan orang-orang shaleh: Keshalehan pelaku/pemiliknya. Indikasinya: harta dikelola dengan niat, cara-cara dan tujuan untuk kepentingan Allah
- b. Manusia yang paling baik adalah manusia yang paling bermanfaat bagi manusia lain. Kekayaan sepatutnya menjadi alat untuk menyebarkan atau mengoptimalkan kemanfaatan pemiliknya

b. Akad dalam Keuangan Syariah

1. Berdasarkan ada/tidak adanya kompensasi
 - a. Aqad Tabarru' (birr)/(kebaikan/tidak mencari laba)
 - b. Aqad Tijarah (perdagangan/mencari untung)
 - 1) NUC (Natural Uncertainty Contract): Mudharabah, Musyarakah
 - 2) NCC (Natural Certainty Contract): Murabahah, Ijarah, IMBT

42. GHARAR DAN KETIDAKPASTIAN DALAM KEUANGAN SYARIAH

a. Proses Pemilihan Keputusan Keuangan

Proses pemilihan keputusan keuangan menjadi penting karena adanya resiko bisnis yang selalu menyertai sehingga perlu dilakukan melalui cara memperkenalkan tindakan pemilihan tersebut apakah konsisten dengan asumsi rasional dari teori ekonomi konvensional kemudian disajikan sesuai dengan pandangan Islam terkait dengan pilihan tersebut. Resiko merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam sebuah proyek investasi. Ketidakpastian didefinisikan sama dengan resiko begitu juga dengan gharar dalam konsep keuangan Islam yaitu kesempatan dimana hasil yang sesungguhnya bisa berbeda dengan hasil yang diharapkan sehingga seorang investor harus mengetahui antara proyek investasi atau perjudian.

Beberapa jenis resiko dalam bisnis:

1. Resiko Pasif (tidak terkontrol): Resiko yang hanya mengandalkan keberuntungan (*game of chance*)
2. Resiko responsive (resiko terkontrol): Resiko yang memungkinkan adanya distribusi probabilitas hasil keluaran dengan hubungan kausalitas yang logis

Resiko yang diperbolehkan adalah resiko responsif yang dapat menciptakan insentif atau rangsangan untuk melakukan usaha dan memberi nilai tambah suatu pekerjaan. Pengelolaan resiko investasi dilakukan melalui diversifikasi dan pemanfaatan instrumen *derivative*. Hal ini dilakukan untuk mencegah adanya ketidakpastian (gharar). Beberapa instrument dan mekanisme keuangan syariah primer terdiri dari Mudharabah, Musyarakah, Murabahah, Salam, Istishna', Ijarah/IMBT, Wadiah, Qardh, Sharf, Wakalah, Kafalah, dan Hiwalah.

43. MODAL KERJA

a. Kebijakan Modal Kerja dalam Keuangan Syariah

Karena adanya ketidaksempurnaan pasar yang memaksa perusahaan untuk mempunyai modal kerja. Jika biaya transaksi tidak ada, segala aktifitas bisa diperkirakan dengan jelas (kondisi kepastian), tidak ada biaya kebangkrutan, maka modal kerja tidak diperlukan. Keputusan modal kerja dalam situasi tersebut akan mempengaruhi nilai perusahaan, tetapi karena perusahaan hidup dalam situasi ketidaksempurnaan pasar, keputusan modal kerja menjadi penting. *Trade off* antara resiko dengan profitabilitas menjadi acuan yang harus diperhatikan manajer

keuangan dalam kaitannya dengan keputusan modal kerja.

Aturan Syariah tentang Modal:

1. Modal harus diketahui

Jika modal tidak diketahui jumlahnya, maka hal ini hanyalah spekulatif. Hal ini menyebabkan transaksi menjadi tidak sah. Modal harus diketahui karena modal itu akan menjadi rujukan ketika aliansi usaha dibubarkan. Hal ini tidak mungkin dilakukan tanpa mengetahui jumlah modal yang disertakan para pihak

2. Modal berbentuk riil

modal harus ada pada saat transaksi terjadi. Karena dengan adanya modal itulah, maka aliansi dapat terlaksana, sehingga eksistensinya dibutuhkan, kalau saat transaksi tidak ada maka transaksi dianggap batal.

3. Modal bukan merupakan utang

Hal ini dilakukan untuk menghindari terjadinya riba. Dengan demikian dalam pengembangan harta hendaknya menghindari persoalan riba. Sebab riba dapat menurunkan potensi investasi

b. Strategi Modal Kerja

1. Strategi Aktiva Lancar

Secara umum AL mempunyai tingkat keuntungan yang lebih kecil dibandingkan dengan aktiva tetap. $AL > AT$ maka perusahaan bisa mengurangi resiko, namun konsekuensinya adalah perusahaan akan mendapat profitabilitas yang lebih rendah. Tiga strategi yang bisa digunakan adalah:

a. Konservatif

b. Moderat

c. Agresif (proporsi kas, piutang, persediaan semakin kecil tujuannya untuk menaikkan tingkat keuntungan, karena biasanya modal kerja memberikan tingkat keuntungan yang lebih rendah dibandingkan aktiva tetap).

2. Strategi Pendanaan

a. Matching atau hedging

b. Agresif

c. Konservatif

d. Ketiga strategi tersebut berkaitan dengan resiko dan tingkat keuntungan utang jangka pendek vs utang jangka panjang. Pendanaan

jangka pendek secara umum mempunyai resiko yang lebih besar bagi peminjam, karena jatuh tempo yang relatif cepat dan sebaliknya pada pendanaan jangka panjang. Pendekatan *matching* berusaha menyeimbangkan sisi pendanaan dengan sisi aset (yang didanai). Dalam pendekatan ini aktiva jangka panjang dan aktiva lancar yang permanen dibiayai oleh pendanaan jangka pendek.

44. MANAJEMEN PIUTANG DALAM KEUANGAN SYARIAH

Perusahaan seringkali melakukan strategi untuk memajukan dan membesarkan usahanya. Salah satu cara yang dilakukan adalah memberikan pelayanan yang optimal dengan memberikan kemudahan kepada calon pelanggan melalui penjualan secara non cash. Hal ini akan menimbulkan kondisi utang-piutang antara pembeli dan penjual. Lembaga keuangan syariah menggunakan uang untuk sarana pertukaran dalam bentuk jual beli/pemberian pembiayaan dalam bentuk mudharabah/musyarakah. Masyarakat memanfaatkannya dengan cara tidak tunai/cicilan, sehingga akan dicatat sebagai utang-piutang.

Dalam kegiatan hutang piutang maka ada aturan yang harus dipenuhi oleh debitur dan kreditur. Aturan bagi Debitur adalah membayar kembali pinjaman untuk memenuhi akad yang telah dibuatnya dengan kreditur. Kegagalan atau penundaan yang disengaja terhadap pembayaran utang yang jatuh tempo disamakan dengan ketidakadilan. Jumlah kredit macet (NPL) pada bank-bank sekarang ini menunjukkan bahwa peminjam tidak berusaha dengan serius untuk memenuhi tanggung jawabnya dalam membayar hutang mereka. Dalam Islam, peminjam harus mempunyai niat yang kuat untuk membayar dan melunasi. Sedangkan aturan bagi kreditur adalah mendorong kreditur untuk memberikan waktu yang lebih banyak untuk pembayaran jika debitur berada dalam kondisi terdesak serta tetap berlaku sopan kepada debitur.

45. MANAJEMEN KAS

a. Manajemen Kas dalam Keuangan Syariah

Terdiri dari mata uang, giro dan rekening koran dengan motif untuk transaksi, saldo kas minimal spekulasi dan berjaga-jaga. Perusahaan harus mempunyai uang kas yang cukup untuk Menjaga rasio cair (*acid test ratio*) agar tetap memperoleh kepercayaan dari kreditur, Mengantisipasi keadaan darurat. Perusahaan harus memiliki anggaran kas untuk menjaga posisi likuiditas dan untuk mengetahui defisit atau surplus kas. Anggaran kas ialah estimasi posisi kas periode

tertentu di masa mendatang tentang penerimaan dan pengeluaran kas. Penerimaan kas: modal pemilik, utang, penjualan tunai, penerimaan piutang, penjualan aktiva tetap dll. Pengeluaran kas: pembelian aktiva tetap, pembelian bahan baku, pembayaran upah tenaga kerja langsung, biaya-biaya lain.

b. Aliran Kas

Kas perusahaan harus dikelola dengan baik karena merupakan jantung yang menggerakkan semua kegiatan, khususnya kegiatan operasi rutin. Suatu perusahaan yang kekurangan kas akan kehilangan kepercayaan dari dalam dan luar perusahaan.

Model-model Manajemen Kas

1. Model EOQ (Economic Order Quantity)

Sering digunakan dalam manajemen persediaan dan juga dapat digunakan dalam menentukan saldo kas optimal. Model ini menyediakan kerangka konseptual yang digunakan untuk memecahkan masalah manajemen kas. Dalam model ini biaya penyimpanan kas diseimbangkan dengan biaya transaksi yang tetap yaitu dengan mengubah surat berharga menjadi kas atau sebaliknya.

$$\text{Biaya total} = i(c/2) + b(T/c)$$

i = tingkat bunga surat berharga (konstan)

b = biaya transaksi tetap

T = Total kebutuhan kas selama periode waktu tertentu

$c/2$ = rata-rata saldo kas

T/c = jumlah transaksi selama periode tertentu

2. Model Miller dan ORR

Model ini cocok untuk saldo kas yang berfluktuasi secara random. Manajer harus menentukan batas atas dan batas bawah jumlah saldo kas yang dimiliki, jika saldo kas mendekati batas bawah perusahaan harus menjual surat berharga untuk menambah saldo kasnya. Sedang jika saldo kas mendekati batas atas perusahaan harus membeli surat berharga untuk mengurangi saldo kasnya. Selama saldo kas berada di antara batas atas dan batas bawah perusahaan tidak melakukan transaksi. Semakin besar nilai C , semakin besar pula rata-rata saldo kas dan semakin kecil rata-rata investasi dalam surat berharga dan pendapatan bunganya. Jadi semakin besar laba yang hilang karena memiliki kas. Semakin besar nilai C maka jumlah transaksi (T/c) semakin kecil yang artinya semakin rendah biaya transfernya dengan tujuan

menyeimbangkan kedua biaya tersebut sehingga total biaya minimum.

Semakin besar nilai C , semakin besar pula rata-rata saldo kas dan semakin kecil rata-rata investasi dalam surat berharga dan pendapatan bunganya. Jadi semakin besar laba yang hilang karena memiliki kas. Semakin besar nilai C maka jumlah transaksi (T/c) semakin kecil yang artinya semakin rendah biaya transfornya dengan tujuan menyeimbangkan kedua biaya tersebut sehingga total biaya minimum.

46. MANAJEMEN PERSEDIAAN

a. Konsep Persediaan

Kebijakan pengendalian untuk menentukan tingkat persediaan yang harus dijaga kapan pesanan untuk menambah persediaan harus dilakukan dan berapa besar pesanan harus dilakukan untuk menjamin tersedianya persediaan yang tepat dalam kuantitas dan waktu yang tepat.

Fungsi Persediaan:

1. Fungsi *Decoupling*: Pengadaan persediaan tidak sepenuhnya bergantung pada pengadaannya dalam hal kuantitas dan waktu pengiriman saja. Hal ini dilakukan untuk menghadapi permintaan produk yang tidak pasti dari pelanggan.
2. Fungsi *Economic Lot Sizing*: Melalui penyimpanan persediaan perusahaan dapat memproduksi dan membeli sumber daya dalam kuantitas yang dapat mengurangi biaya-biaya per unit.
3. Fungsi Antisipasi: Persediaan memiliki fungsi antisipasi terhadap fluktuasi pelanggan atau konsumen yang tidak dapat diramalkan berdasarkan pengalaman-pengalaman masa lalu atau permintaan musiman.

47. KEBIJAKSANAAN INVESTASI KEUANGAN SYARIAH

Investasi dalam Al-Qur'an (Al Hasyr:7): "...supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu...". Investasi dalam perspektif Isla merupakan investasi yang diidentikkan dengan kegiatan ekonomi berbasis bagi hasil Yaitu kegiatan me-mudharabah-kan dana yang dilakukan oleh pemilik modal (shahibul maal) kepada pelaku usaha (mudharib). Secara umum investasi diartikan sebagai penempatan sebagian dari kekayaan pada suatu aset yang diharapkan akan meningkat nilainya atau memberikan hasil di masa mendatang.

Bentuk Umum Investasi:

1. Langsung: investasi barang produksi dan modal kerja
2. Tidak langsung: pasar uang dan pasar modal

Konsep yang harus diperhatikan dalam melakukan investasi dalam keuangan syariah adalah halal dan mashlahah yang sesuai dengan prinsip ekonomi Islam. Berbagai pilihan jenis investasi dapat dilakukan melalui bank, pasar modal, asuransi dan dana pensiun ataupun investasi langsung. Proses manajemen investasi syariah dilakukan melalui:

1. Melakukan screening objek investasi
2. Menentukan tujuan investasi
3. Analisis sekuritas
4. Pembentukan portofolio
5. Melakukan revisi portofolio
6. Evaluasi kinerja portofolio

48. INVESTASI

Investasi adalah penanaman uang di luar perusahaan, yang dapat berupa surat berharga atau aktiva lain yang tidak digunakan secara langsung dalam kegiatan produktif perusahaan. Sedangkan investasi jangka panjang adalah investasi selain investasi lancar. Investasi jangka panjang dapat berupa surat berharga (seperti saham, obligasi, piutang hipotek, wesel panjang) atau berupa persekot kepada perusahaan afiliasi, dana khusus dan aktiva tetap yang tidak digunakan secara langsung dalam kegiatan perusahaan seperti tanah untuk ekspansi pabrik).

Tujuan pokok investasi dalam surat berharga ini adalah untuk memperoleh pendapatan bunga atau dividen dalam jangka panjang, untuk membentuk dana khusus, atau untuk mengendalikan perusahaan lain melalui pemilikan saham. Investasi ini disajikan dalam kelompok aktiva tidak lancar (jenis aset yang diharapkan dapat digunakan selama lebih dari satu tahun atau disebut juga *long-term asset*).

Rate of Return (ROR) adalah tingkat pengembalian saham/obligasi atas investasi yang dilakukan oleh investor. Komposisi penghitungan *rate of return* adalah *capital gain (loss)* dan *yield*. *Capital gain (loss)* merupakan selisih laba/rugi karena perbedaan harga sekarang yang lebih tinggi atau lebih rendah bila dibandingkan dengan harga periode waktu sebelumnya. Sedangkan *yield* merupakan persentase penerimaan kas secara periodik terhadap harga investasi periode tertentu dari sebuah investasi. Untuk obligasi, *yield* merupakan prosentase bunga pinjaman yang diperoleh terhadap harga obligasi sebelumnya dan untuk

saham, yield merupakan persentase dividen terhadap harga saham periode sebelumnya. Dan nilai obligasi adalah nilai yang harus dibayar bunganya oleh penerbit yang didasarkan pada tingkat bunga yang sedang berlaku, namun apabila obligasi tersebut tidak memiliki masa jatuh tempo, maka nilai obligasinya dapat ditentukan dengan mengkapitalisasikan bunga tahunan atas dasar tingkat bunga yang berlaku pada saat itu.

Jenis-jenis surat berharga jangka panjang adalah :

1. OBLIGASI

Obligasi adalah surat pengakuan utang yang dikeluarkan oleh pemerintah atau perusahaan atau lembaga-lembaga lain sebagai pihak yang berhutang yang mempunyai nilai nominal tertentu dan mempunyai kesanggupan untuk membayar bunga secara periodik atas dasar persentase tertentu yang tetap. Tujuan utama dari analisa efek dalam penilaian obligasi adalah "rate of return" dan "yield" yang diharapkan dari obligasi tersebut.

Penentuan besarnya "rate of return" obligasi

Besarnya "rate of return" dari obligasi yang akan dipertahankan sampai hari jatuh temponya, yang dapat dibandingkan dengan *rate of return* pada periode sebelumnya. Semakin besar nama suatu perusahaan maka akan memberikan *rate of return* yang lebih kecil dan begitu juga sebaliknya. ROR biasanya dinyatakan dalam bentuk persentase dan bukan dalam nilai desimal. Semakin tinggi nilai dari ROR maka bisa dikatakan bahwa investasi tersebut baik. *Rate of return* dapat dihitung dengan rumus *shortcut formula* sebagai berikut:

$$\text{Rate Of Return} = \frac{(C \times \text{nilai nominal}) + \frac{f-p}{n}}{\frac{p+f}{2}}$$

Keterangan : C = bunga tahunan dalam rupiah

f = harga nominal dari obligasi atau jumlah yang akan diterima

p = harga pasar

n = umur obligasi

Contoh Soal :

Tuan Jere ingin membeli obligasi yang bernilai nominal Rp 21.500, mempunyai harga pasar Rp 13.500 dengan umur ekonomis 2 tahun. Bunga obligasi yang dibayarkan tiap tahunnya adalah sebesar 5%. Apabila obligasi dipertahankan sampai hari jatuh temponya, tentukanlah berapa Rate of Return yang akan diterima dari obligasi tersebut!

Jawab :

$$\begin{aligned}
\text{Rate Of Return} &= \frac{(C * \text{Nilai Nominal})}{\frac{p+f}{2}} + \frac{f-p}{n} \\
&= \frac{(5\% * 21.500)}{\frac{13.500 + 21.500}{2}} + \frac{21.500 - 13.500}{2} \\
&= \frac{1.075 + 4.000}{17.500} \\
&= 0.29 \text{ atau } 29 \%
\end{aligned}$$

Analisis : Maka tingkat pengembalian bunga obligasi atas investasi yang diterima oleh Tuan Jere adalah sebesar 29% yang terdiri dari *capital gain (loss)* dan *yield*.

Penentuan Nilai Obligasi

Nilai obligasi jika tidak memiliki masa jatuh tempo , maka nilai obligasinya dapat ditentukan dengan mengkapitalisasikan bunga tahunan atas dasar tingkat bunga yang berlaku pada saat itu.

$\text{Nilai} = \frac{R}{i}$

Keterangan : R = Bunga Tahun
i = Discount Rate

CONTOH SOAL:

Obligasi yang tidak mempunyai hari jatuh tempo, memiliki nilai nominal Rp 25.000 dan bunga setiap tahunnya Rp 5.000. Tingkat bunga yang berlaku 5%. Berapa nilai obligasi tersebut berdasarkan kondisi pasar pada waktu ini ?

Jawab :

$$\begin{aligned}
\text{Nilai obligasi} &= \frac{\text{Rp } 5.000}{0,05} \\
&= \text{Rp } 100.000
\end{aligned}$$

Analisis : Maka nilai bunga yang harus dibayar oleh penerbit obligasi tersebut dimana obligasinya tidak memiliki masa jatuh tempo adalah sebesar Rp 100.000.

2. SAHAM PREFEREN

Saham *preferen* merupakan gabungan (*hybrid*) antara obligasi dan saham biasa. Artinya, disamping memiliki karakteristik seperti obligasi, juga memiliki karakteristik saham biasa. Karakteristik obligasi misalnya, saham preferen memberikan hasil yang tetap, seperti bunga obligasi. Biasanya saham preferen memberikan pilihan tertentu atas hak pembagian dividen. Ada pembeli saham preferen yang menghendaki penerimaan dividen, dan lain sebagainya. Namun obligasi juga memiliki karakteristik saham biasa, sebab tidak selamanya saham preferen bisa memberikan penghasilan seperti yang dikehendaki pemegangnya. Jika suatu ketika emiten mengalami kerugian, maka pemegang saham preferen bisa tidak

menerima

pembayaran dividen yang sudah ditetapkan. sebelumnya. Jadi jelasnya, saham *preferen* adalah saham yang memberikan prioritas pilihan (*preferen*) kepada pemegangnya. Besarnya Rate of Return dari saham preferen dapat ditentukan dengan rumus :

$$\text{Rate Of Return} = \frac{\text{deviden per lembar saham preferen}}{\text{harga pasar}}$$

Menentukan Nilai saham preferen :

$$\text{Nilai} = \frac{\text{deviden preferen}}{\text{Discount rate}}$$

Contoh Soal :

Pada tahun 2009 PT ABC mengeluarkan saham preferen dengan nilai nominal Rp 10.000 dan membayarkan deviden tahunan Rp 600 dengan harga pasar Rp 900. Pada saat ini perusahaan tersebut sudah berkembang dan tingkat bunga yang berlaku saat ini 6%. Tentukan rate of return dan nilai dari saham preferen tersebut !

Jawab :

$$\begin{aligned} \text{Rate of return} &= \frac{\text{Rp } 600}{\text{Rp } 900} \\ &= 66,67\% \end{aligned}$$

Analisis : Maka tingkat pengembalian saham atas investasi yang akan diterima oleh investor adalah sebesar 66,67% yang terdiri dari *capital gain (loss)* dan *yield*.

Nilai saham preferen = $\text{Rp } 600 / 0,06 = \text{Rp } 10.000$

Analisis : Maka nilai bunga yang harus dibayar oleh penerbit saham tersebut dimana obligasinya tidak memiliki masa jatuh tempo adalah sebesar Rp 10.000.

3. SAHAM BIASA

Penentuan besarnya *rate of return* dan nilai dari saham biasa lebih sukar dibandingkan dengan obligasi dan saham preferen. Penentuan rate of return tersebut lebih sulit karena forecasting dari pendapatan deviden dan harga saham di waktu yang akan datang merupakan hal yang sulit serta pendapatan dan deviden saham biasa diharapkan meningkat setiap tahunnya dan tidak tetap konstan.

Salah satu tujuan masyarakat untuk membeli saham adalah untuk mendapatkan keuntungan dengan cara meningkatnya nilai kapital (*capital gain*) untuk jangka pendek dan mendapatkan dividen untuk jangka panjang

Maka besarnya *rate of return* dari saham tersebut dapat ditentukan dengan cara sebagai berikut :

$$\text{Rate Of Return} = \frac{D1 + P1 - P0}{P0}$$

Keterangan : D1 = Cash Deviden

P1 = Harga Pasar

P0 = Harga Nominal

Memperkirakan harga saham pada waktu ini, yaitu dengan menggunakan rumus :

$$P0 = \frac{D1 + P1}{1 + r}$$

Pertumbuhan deviden dengan tingkat pertumbuhan yang konstan, yaitu dengan menggunakan rumus :

$$P0 = \frac{D1}{r - g}$$

Pertumbuhan deviden yang akan berlangsung secara kontinyu, yaitu dengan menggunakan rumus :

$$r = \frac{D1 + g}{P0}$$

Contoh Soal :

Suatu saham biasa dibeli dengan harga Rp 27.850. Cash deviden yang diharapkan tahun depan sebesar sebesar Rp 2.600 dan diharapkan pada akhir tahun pertama saham tersebut dapat dijual dengan harga Rp 35.500. Tentukan Rate of Return dari saham tersebut!

Jawab :

$$\begin{aligned} \text{ROR} &= \frac{D1 + P1 - P0}{P0} = \frac{\text{Rp } 2.600 + \text{Rp } 35.500 - \text{Rp } 27.850}{\text{Rp } 27.850} \\ &= 0,368 \text{ atau } 36,8\% \end{aligned}$$

Analisis : Maka tingkat pengembalian saham atas investasi yang akan diterima oleh investor adalah sebesar 36,8% yang terdiri dari *capital gain (loss)* dan *yield*.

LAPORAN ARUS KAS

Arti Pentingnya Laporan Sumber dan Penggunaan Dana

Analisis sumber dan penggunaan dana, atau sering juga disebut dengan *analisa aliran dana*, merupakan alat analisa finansial yang digunakan untuk mengetahui dari mana dana didapatkan dan untuk apa dana itu dibelanjakan. Laporan yang menggambarkan dari mana dana didapatkan dan untuk apa dana itu digunakan disebut dengan *Laporan Sumber dan Penggunaan Dana*.

Pengertian dana yang digunakan dalam analisis sumber dan penggunaan dana dalam artian sempit diartikan sebagai *Kas*. Sedangkan dalam artian luas diartikan sebagai *Modal Kerja*. Untuk menyusun laporan sumber dan penggunaan dana, langkah pertama yang harus dilakukan adalah membuat Laporan Perubahan Neraca yang disusun dari neraca dari dua

tahun berurutan. Laporan ini menggambarkan perubahan dari masing-masing elemen neraca dari neraca awal menjadi neraca akhir. Perubahan masing-masing elemen tersebut perlu dilakukan analisis, yaitu elemen-elemen mana saja yang akan memperbesar dana dan elemen-elemen mana saja yang akan memperkecil dana. *Elemen yang memperbesar dana akan menjadi sumber dana, dan elemen yang memperkecil dana akan menjadi penggunaan dana.*

1.2 Dana dalam Artian Kas

Langkah-langkah penyusunan laporan sumber dan penggunaan dana :

1. Menyusun laporan perubahan laporan posisi keuangan yang menggambarkan posisi keuangan dari dua periode yang ingin dianalisa (bulanan atau tahunan)
2. Mengelompokkan perubahan-perubahan tersebut dalam golongan yang memperbesar kas dan memperkecil jumlah kas
3. Mengelompokkan elemen-elemen dalam laporan rugi laba atau laporan laba yang ditahan ke dalam golongan yang memperbesar jumlah kas atau memperkecil jumlah kas
4. Mengadakan konsolidasi dari semua informasi tersebut ke dalam laporan sumber dan penggunaan dana

Sumber-sumber dana kas

1. Berkurangnya aktiva lancar selain kas
2. Berkurangnya aktiva tetap
3. Bertambahnya setiap jenis utang
4. Bertambahnya modal
5. Adanya keuntungan dari operasi perusahaan
6. Penyusutan

Penggunaan dana kas

1. Bertambahnya aktiva lancar selain kas
2. Bertambahnya aktiva tetap
3. Berkurangnya setiap jenis utang
4. Berkurangnya modal
5. Pembayaran cash deviden
6. Adanya kerugian operasional perusahaan

Dana dalam Artian Modal Kerja

Yang dimaksud dengan modal kerja adalah dana yang diperlukan untuk mencukupi kebutuhan perusahaan dalam membiayai operasinya yang bersifat rutin, atau menunjukkan jumlah dana (fund) yang tersedia untuk tujuan operasi jangka pendek. Modal kerja diartikan

kelebihan aktiva lancar terhadap utang jangka pendek yaitu jumlah aktiva lancar. Kelebihan ini merupakan jumlah aktiva lancar yang berasal dari utang jangka panjang dan modal sendiri. Definisi ini menunjukkan kemungkinan tersediannya aktiva lancar yang lebih besar daripada utang jangka pendek dan menunjukkan tingkat keamanan bagi kreditur jangka pendek serta menjamin kelangsungan usaha dimasa mendatang. Maka dalam laporan sumber dan penggunaan modal kerja, *perubahan-perubahan yang menyangkut unsur-unsur **aktiva lancar dan hutang lancar** (kedua accounts tersebut disebut **current accounts**) tidak akan mengakibatkan perubahan modal kerja (netto)*. Dengan demikian, maka *jumlah modal kerja hanya akan berubah jika ada perubahan unsur-unsur Non-Current Account (aktiva tetap, utang jangka panjang dan modal sendiri)*. Yang mempunyai efek *memperbesar modal* disebut sebagai *sumber modal kerja*. Sedangkan yang mempunyai efek *mengurangi modal kerja* disebut sebagai *penggunaan modal kerja*.

Apabila **Sumber > Penggunaan**, berarti mempunyai efek positif terhadap modal kerja yaitu akan **menambah modal kerja**, sebaliknya jika **penggunaan > sumber**, maka efeknya adalah **memperkecil modal kerja**. Dan jika **sumber = penggunaan**, maka tidak ada efek terhadap modal kerja, artinya **modal kerja tidak berubah**.

Sumber-sumber modal kerja

1. Berkurangnya aktiva tetap
2. Bertambahnya utang jangka panjang
3. Bertambahnya modal
4. Adanya keuntungan dari operasional perusahaan
5. Penyusutan

Penggunaan modal kerja

1. Bertambahnya aktiva tetap
2. Berkurangnya utang jangka panjang
3. Berkurangnya modal
4. Pembayaran cash deviden
5. Adanya kerugian dari operasional perusahaan

49. PENGANGGARAN MODAL

Investasi aktiva tetap adalah suatu proses yang lebih mengarah pada sebuah penganggaran modal. Penganggaran modal sangat dibutuhkan terutama dalam menjalankan suatu proyek dimana nantinya akan dapat diketahui apakah proyek tersebut menguntungkan atau tidak. Didalam memulai suatu proyek investasi biasanya para investor akan memerlukan suatu

perhitungan agar dapat menilai apakah suatu proyek investasi itu layak dilakukan atau tidak. Karena tujuan dalam berinvestasi adalah untuk mendapatkan keuntungan maksimal. Untuk itu kita memerlukan suatu cara penilaian investasi khususnya disini membahas investasi dalam aktiva tetap dimana tujuannya agar memudahkan para investor untuk mengambil keputusan yang biasanya dapat dilihat dari metode – metode untuk menseleksi suatu usulan investasi. Sehingga akan memudahkan para calon investor untuk memperhitungkan seberapa cepat pengembalian dana, berapakah presentase keuntungan, hingga dapat mengetahui seberapa besarkah kerugian yang akan didapat dimasa yang akan datang. Investasi dalam aktiva tetap diartikan sebagai *proses yang mengacu pada sebuah penganggaran modal*. Proses pengambilan keputusan sebelum melakukan tindakan dalam suatu perusahaan harus didasari oleh keputusan yang matang, proses pengambilan keputusan berkenaan dengan investasi dalam aktiva tetap, yang memerlukan proposal diterima atau ditolak hal ini mengacu pada penganggaran modal.

1. Operating Expenditure

Pengeluaran dana, dimana jangka waktu kembalinya kurang dari 1 tahun.

2. Capital Expenditure

Pengeluaran dana, dimana jangka waktu kembalinya melebihi 1 tahun. Contoh sederhana dari Operating Expenditure dan Capital Expenditure : Telepon. Pada saat kita membeli telepon, kita sedang membeli aset, maka kita bisa menganggapnya sebagai biaya modal (capital expenditure), sedangkan pada akhir bulan kita akan membayar tagihan telepon akibat aktivitas bisnis kita dengan menggunakan telepon, maka tagihan telepon bisa dikatakan biaya operasi (operating expenditure).

3. Capital Budgeting

Proses evaluasi dan seleksi investasi jangka panjang dengan memperhatikan tujuan perusahaan yaitu memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham

Tahap-tahap dalam capital budgeting :

- Menyusun daftar usulan investasi
- Menilai dan menyeleksi investasi-investasi yang diusulkan berdasarkan kriteria seleksi yang telah ditentukan.
- Memilih investasi diantara alternatif-alternatif yang diusulkan.

Manfaat Capital Budgeting :

- Untuk mengetahui kebutuhan dana yang lebih terperinci, karena dana yang terikat jangka waktunya lebih dari 1 tahun.

- Agar tidak terjadi *over investment* atau *under investment*.
- Dapat lebih terencana, teliti, karena dana semakin banyak dan dalam jumlah yang sangat besar.
- Mencegah terjadinya kesalahan dalam *decision making*.

Metode-metode untuk menseleksi usulan investasi :

- Payback Periode : Lamanya waktu yang diperlukan agar dapat menutup kembali seluruh pengeluaran investasi dengan menggunakan arus kas.
- Net Present Value : Selisih antara nilai sekarang arus kas masuk bersih yang akan diterima diwaktu yang akan datang dengan arus kas keluar
- Profitability Index : Perbandingan antara nilai sekarang aliran kas masuk yang akan diterima diwaktu yang akan datang dengan arus kas keluar.
- Accounting Rate Of Return (ARR): Menunjukkan persentase keuntungan neto sesudah pajak dari total investasi yang dikeluarkan.

50. KEBIJAKAN DEVIDEN

Kebijakan deviden merupakan bagian penting dalam pengambilan keputusan pendanaan dimana laba yang diperoleh perusahaan pada akhir tahun dibagikan kepada para pemegang saham dalam bentuk deviden atau ditahan untuk menambah modal yang digunakan sebagai pembiayaan investasi dimasa yang akan datang. Jika laba ditahan perusahaan saat ini dalam jumlah besar, maka laba yang akan dibayarkan sebagai deviden kepada para pemegang saham menjadi lebih kecil. Dalam setiap periode, perusahaan harus memutuskan apakah laba yang diperoleh akan ditahan atau didistribusikan sebagian atau seluruhnya pada pemegang saham. Selama perusahaan memiliki proyek investasi dengan pengembalian melebihi yang diminta, perusahaan akan menggunakan laba untuk mendanai proyek tersebut. Jika terdapat kelebihan laba setelah digunakan untuk mendanai seluruh kesempatan investasi yang diterima, kelebihan itu akan didistribusikan kepada pemegang saham dalam bentuk dividen kas. Jika tidak ada kelebihan, maka dividen tidak akan dibagikan. Salah satu kebijakan yang harus diambil oleh manajemen pada masa setelah tutup buku adalah laba yang diperoleh oleh perusahaan selama satu periode akan dibagi sebagian untuk deviden dan sebagian lagi dibagi dalam laba ditahan.

Kebijakan Deviden adalah kebijakan untuk menentukan berapa laba yang harus dibayarkan (deviden) kepada pemegang saham dan berapa banyak yang harus ditanam kembali (laba ditahan) untuk menambah modal guna pembiayaan investasi dimasa yang akan datang.

Deviden adalah pendapatan bagi pemegang saham yang dibayarkan setiap akhir periode

sesuai dengan persentasenya. Persentase dari laba yang akan dibagikan sebagai dividen kepada pemegang saham disebut sebagai *Dividen Payout Ratio* (perbandingan antara DPS dengan EPS).

Bagi para investor, dividen merupakan hasil yang diperoleh dari saham yang dimiliki, selain *capital gain* yang didapat apabila harga jual saham lebih tinggi dibanding harga belinya. Dividen tersebut didapat dari perusahaan sebagai distribusi yang dihasilkan dari operasi perusahaan.

Apabila perusahaan memilih untuk membagikan laba sebagai dividen, maka akan mengurangi laba yang ditahan dan selanjutnya mengurangi total sumber dana interen atau *internal financing*. Sebaliknya jika perusahaan memilih untuk menahan laba yang diperoleh, maka kemampuan pembentukan dana interen akan semakin besar.

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEBIJAKAN DEVIDEN

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi besar kecilnya dividen yang dibayarkan oleh perusahaan kepada pemegang saham antara lain :

- Posisi Likuiditas Perusahaan
- Kebutuhan Dana Untuk Membayar Hutang
- Tingkat Pertumbuhan Perusahaan
- Pengawasan Terhadap Perusahaan
- Kemampuan Meminjam
- Tingkat Keuntungan
- Stabilitas Return
- Akses ke pasar Modal

KEBIJAKAN STOCK DIVIDEN

Stock dividen atau dividen saham merupakan pembayaran kepada para pemegang saham biasa berupa tambahan jumlah lembar saham. Rumus yang digunakan :

$$\text{Stock Dividen (SD)} : \% \text{ SD} * \text{Jumlah lembar saham}$$

Pemberian dividen tidak akan mengubah besarnya jumlah modal sendiri, tetapi akan mengubah komposisi dari modal sendiri perusahaan yang bersangkutan. Karena pada dasarnya pemberian stock dividen ini akan mengurangi pos laba ditahan di neraca dan akan ditambahkan ke pos modal saham.

KEBIJAKAN STOCK SPLITS

Merupakan kebijakan untuk meningkatkan jumlah lembar saham dengan cara pemecahan

jumlah lembar saham menjadi jumlah lembar yang lebih banyak dengan pengurangan nilai nominal saham yang lebih kecil secara proposional. Oleh karena itu dengan *stock splits* harga saham menjadi lebih murah. Rumus yang digunakan :

$\frac{b}{a} \times \text{Jumlah lembar saham}$	$\frac{a}{b} \times \text{Harga nominal}$
---	---

KEBIJAKAN *REVERSE SPLITS*

Kebijakan untuk menurunkan jumlah lembar saham dengan cara pengurangan jumlah lembar saham menjadi lembar yang lebih sedikit dengan penambahan harga nominal per lembar secara proposional. Rumus yang digunakan :

$\frac{a}{b} \times \text{Jumlah lembar saham}$	keterangan : a => perbandingan terkecil b => perbandingan terbesar
$\frac{b}{a} \times \text{Harga nominal}$	

PASAR MODAL

Pasar modal adalah pasar yang mempertemukan permintaan dan penawaran uang dalam bentuk surat-surat berharga yang berjangka waktu lebih dari satu tahun (jangka panjang). Umumnya surat-surat berharga yang diperdagangkan di pasar modal dapat dibedakan menjadi surat berharga bersifat hutang dan surat berharga yang bersifat pemilikan. Surat berharga yang bersifat hutang umumnya dikenal nama obligasi dan surat berharga yang bersifat pemilikan dikenal dengan nama saham. Lebih jauh dapat juga didefinisikan bahwa obligasi adalah bukti pengakuan hutang dari perusahaan, sedangkan saham adalah bukti penyertaan dari perusahaan.

INSTRUMEN PASAR MODAL

Instrument pasar modal adalah semua surat-surat berharga (*securities*) yang diperdagangkan di Bursa, instrument pasar modal ini umumnya bersifat jangka panjang. Dewasa ini instrument yang sudah ada di pasar modal terdiri dari saham, obligasi, dan reksadana. Sekuritas yang diperdagangkan di bursa efek adalah saham dan obligasi.

TEKNIK ANALISA PASAR MODAL

Secara garis besar, ada dua teknik analisa pasar modal :

- Analisa Fundamental

Analisis fundamental merupakan salah satu cara melakukan penilaian saham dengan mempelajari berbagai indikator terkait kondisi makro ekonomi dan kondisi industri suatu

perusahaan, termasuk berbagai indikator dari manajemen keuangan.

- Analisa Teknikal

Analisis teknikal merupakan suatu teknik analisa yang dikenal dalam dunia keuangan yang digunakan untuk memprediksi trend suatu harga saham dengan cara mempelajari data pasar yang lampau, terutama pergerakan harga dan volume.

Proses analisis keputusan investasi berdasarkan pendekatan analisis fundamental meliputi:

- Mengetahui kinerja keuangan emiten melalui analisis laporan keuangan emiten, termasuk analisis laporan keuangan yang diproyeksikan ke periode yang akan datang, yaitu dengan membandingkan laporan keuangan emiten melalui perbandingan internal dan eksternal.
- Menentukan nilai intrinsik efek emiten melalui analisis sekuritas individu, dengan membandingkan apakah harga saham per suatu emiten mispriced (*undervalue* atau *overvalue*).

Tujuan dari analisis fundamental menurut **Tandelilin (2000 : 233)** adalah untuk menentukan saham perusahaan manakah yang harga pasarnya lebih rendah dari nilai intrinsiknya (*undervalued*), sehingga layak dibeli serta saham manakah yang harga pasarnya lebih tinggi dari nilai intrinsiknya (*overvalued*), sehingga menguntungkan untuk dijual.

Tipe Pengambilan Keputusan Dalam Analisis Fundamental (Bagi Investor / Calon Investor)

Keterangan	Hasil Perbandingan	Penilaian	Keputusan
Harga saham pasar < Nilai intrinsik	Dihargai terlalu rendah	<i>Undervalue</i>	Dibeli (<i>Buy</i>) atau Ditahan (<i>Hold</i>)
Harga saham pasar > Nilai intrinsik	Dihargai terlalu tinggi	<i>Overvalue</i>	Dijual (<i>sell</i>)
Harga saham pasar = Nilai intrinsik	Harga seimbang	-	Ditahan (<i>Hold</i>)

Contoh Analisis Fundamental

a. Model Nilai Buku (*Book Value Model*)

Total asset ini dalam artian asset perusahaan dijual pada nilai akuntansinya setelah dikurangi dengan total liabilities dan *preferred value stock* dan dibagi dengan *outstanding shares of common stock* yang merupakan hak para pemegang saham.

$$P = \frac{\text{Total Asset} - \text{total liability} - \text{preferred stock}}{\text{Number of shares of common stocks outstanding}}$$

P : Nilai intrinsik per lembar Saham Biasa

Contoh Soal :

Nona Winda mempunyai keinginan untuk bermain dalam bidang saham. Ia sedang

menganalisis kondisi intern suatu perusahaan yang bergerak di bidang retail. Perusahaan tersebut mempunyai hutang lancar dan hutang jangka panjang masing-masing Rp 35.000.000 dan Rp.45.500.000. Sementara itu, total aktiva perusahaan sebesar Rp 100.000.000 dan jumlah saham yang diterbitkan sebanyak 50.000 lembar saham. Berapa nilai intrinsik saham tersebut? Keputusan apa yang diambil oleh Nona Winda bila harga pasar saat ini adalah Rp 800?

Jawab :

$$P = \frac{100.000.000 - (35.000.000 + 45.500.000) - 0}{50.000}$$
$$P = \frac{19.500.000}{50.000}$$

= 390/lembar saham

Keputusan :

Nilai intrinsik < harga pasar, maka saham tersebut tidak layak dibeli oleh Nona Winda. Sebaiknya memilih saham perusahaan lain, atau menunggu hingga saham tersebut mempunyai harga pasar yang lebih rendah dari nilai intrinsiknya.

51. Etika Bisnis Secara Syariah

Dalam menjalankan etika bisnis kita harus mengetahui prinsip yang mendasarinya. Menurut islam, harus kita fahami bahwa pada dasarnya Allah telah menyuruh manusia untuk bekerja. Manusia dianjurkan untuk melakukan kegiatan bekerja untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, salah satu pekerjaan adalah melakukan kegiatan bisnis. Bisnis dalam islam dijelaskan melalui kata tijarah yang memiliki dua makna, yaitu pertama perniagaan secara umum yang mencakup perniagaan manusia dengan Allah. Misalnya saja perasaan cinta kepada Allah dan Rasul-Nya, berjuang di jalan Allah dengan harta dan jiwanya, melaksankn perintah Allah, menafkahkan hartanya di jalan Allah. Makna tijarah yang kedua adalah perniagaan secara khusus yaitu perdagangan sesama manusia.

Dalam menjalankan kegiatan bisnisnya Allah telah menjelaskannya melalui firmanNya dalam al Qur'an surat Al Baqarah ayat 62, yang artinya:

“Sesungguhnya orang - orang Mukmin, orang-orang Yahudi, orang –orang Nasrani dan orang- orang Shabiin, siapa saja di antara mereka yang benar-benar beriman kepada Allah, hari kemuadian dan beramal shaleh, mereka akan menerima pahala dari Tuhan mereka, tidak ada kekhawatiran terhadap mereka, dan tidak (pula) mereka bersedih hati.”(QS Al Baqarah: 62)

Selain surat di atas ada beberapa dalil Al Qur'an yang menjelaskan hal serupa,

QS At Taubah: 105, yang artinya:

“Dan katakanlah: Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasulnya serta orang-orang mu'minakan melihat pekerjaanmu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Maha Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.”

QS Al Baqarah :198, yang artinya:

“Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki hasil perniagaan) dari Tuhan-Mu. Maka apabila kamu telah bertolak dari Arafah, berzikirlah kepada Allah Masy'arilharam. Dan berzikirlah (dengan menyebut) Allah sebagaimana yang ditunjukkan-Nya kepadamu, dan sesungguhnya kamu sebelum itu benar- benar termasuk orang-orang yang sesat.”

QS An Nissa:29, yang artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya adalah Allah Maha Penyayang kepadamu.”

QS Faathir: 29, yang artinya:

“Sesungguhnya orang-orang yang selalu membaca kitab Allah dan mendirikan shalat dan menafkahkan sebagian dari rezeki yang Kami anugerahkan kepada mereka dengan diam-diam dan terang-terangan, mereka itu mengharapkan perniagaan yang tidak merugi.”

Dari beberapa contoh penegasan ayat Al Qur'an di atas kita dapat mengetahui bahwa bisnis khususnya dalam hal perniagaan dianjurkan oleh Allah dengan menggunakan prinsip sesuai dengan Al Qur'an. Selain itu dalam menjalankan bisnis seseorang harus mengetahui tujuan bisnis yang dilakukan yaitu bahwa bisnis dalam Al Qur'an memiliki tujuan utama yaitu untuk mendapatkan dua keuntungan, keuntungan duniawi dan Ukhrawi.

Kedua keuntungan tersebut telah dijelaskan dalam Al Qur'an. Sebagai contoh untuk mendapatkan keuntungan duniawi seseorang yang melakukan transaksi jual beli secara tunai hendaknya melakukan kesepakatan atau akad dengan ketentuan tidak adanya paksaan dari salah satu pihak dan atas dasar suka sama suka, selain itu jika kedua belah pihak melakukan transaksi jual beli secara tidak tunai hendaknya transaksi tersebut dituliskan dalam akad dengan kesepakatan kedua belah pihak, sehingga tidak terjadi kesalahfahaman yang menyebabkan kerugian yang akan dialami oleh salah satu pihak.

Dari kedua keuntungan yang menjadi tujuan utama dalam sebuah bisnis, sangat jelas bahwa dalam melakukan bisnis sangat diperlukan sebuah etika agar tercipta sebuah kemaslahatan bersama.

52. Kategori Bisnis Dalam Islam

Menurut Al Qur'an sebuah bisnis dapat dikategorikan kedalam tiga kelompok yaitu:

a. **Bisnis Yang Menguntungkan**

Dalam pandangan al Qur'an bisnis yang menguntungkan mengandung tiga elemen dasar, yaitu:

1. Mengetahui investasi modal yang paling baik

Menurut Al Qur'an tujuan dari semua aktifitas kegiatan manusia hendaknya adalah mencari keridhaan Allah. Sehingga pada dasarnya semua kegiatan bisnis, dalam hal ini melakukan investasi terbaik dilakukan atas dasar mencari keridhoan Allah. Investasi terbaik adalah sebuah kegiatan mempergunakan harta yang kita miliki yang dilakukan atas dasar keikhlasan dengan mengetahui situasi dan kondisi bisnis serta menggunakan harta yang dianugerahkan oleh Allah di jalan yang baik. Mempergunakan harta kita dalam hal ini misalnya, mengeluarkan zakat sebagai salah satu investasi untuk menolong sesama yang membutuhkan, selain itu kesabaran dalam menghadapi cobaan, selalu bertawakal dan berserah diri kepada Allah dalam Al Qur'an dianggap sebagai investasi yang menguntungkan.

Jika hal tersebut mampu dilakukan maka Allah akan melipatgandakan kekayaan seseorang dan menjaminkannya sebagai investasi yang tidak akan pernah gagal. Investasi terbaik adalah investasi yang dilakukan tidak hanya untuk mencapai keuntungan duniawi tetapi juga bertujuan untuk mencari keuntungan ukrawi sebagai bekal kehidupan kita di akhirat nanti.

2. Membuat keputusan yang logis, sehat, dan masuk akal

Dalam melaksanakan sebuah bisnis seorang profesional dituntut untuk mampu membuat keputusan yang bijaksana, hati-hati, logis, masuk akal serta tepat dan sehat. Al Qur'an telah menjelaskan bahwa manusia akan memperoleh kebaikan jika dia menanam kebaikan dan sebaliknya dia akan memperoleh keburukan jika dia menanam keburukan, oleh karena itu kita dianjurkan mengambil keputusan yang baik dalam bisnis dan menggunakan pedoman bisnis yang sesuai Al Qur'an agar kita mendapatkan keuntungan yang baik pula.

3. Mengikuti perilaku yang baik

Bisnis yang baik hendaknya dilakukan dengan perilaku yang baik, Rasulullah telah mengajarkan bahwa dalam berbisnis kita harus menerapkan prinsip kejujuran, keadilan,

tepat dalam menimbang, bebas riba, dan perilaku baik lainnya yang telah dijelaskan dalam Al Qur'an. Untuk lebih jelasnya perilaku yang baik dalam bisnis ini akan dijelaskan pada pembahasan selanjutnya mengenai etika bisnis ala Rasulullah. Pada dasarnya, jika kita berperilaku baik dalam menjalankan bisnis kita maka kita akan mendapatkan keuntungan yang baik dan berkelanjutan atau terus menerus. Selain keuntungan dunia kita juga akan memperoleh keuntungan di akhirat dengan berperilaku bisnis sesuai tuntunan Al Qur'an.

b. Bisnis Yang Merugi

Kegiatan bisnis dikatakan merugi jika memiliki beberapa kriteria di bawah ini :

a. Investasi modal yang jelek b.

Keputusan yang tidak sehat c.

Perilaku jahat

Ketiga kriteria di atas merupakan kegiatan bisnis yang berorientasi pada keuntungan dunia semata. Pada awal melakukan kegiatan bisnis, seorang pebisnis yang merugi akan mendapatkan keuntungan yang banyak dan berlipat akan tetapi keuntungan tersebut tidak akan berarti apa-apa karena hanya berorientasi pada kepentingan dunia semata. Jika perbuatan tersebut dilakukan secara berkelanjutan tidak menutup kemungkinan kegiatan bisnisnya hanyalah suatu kegiatan yang sia-sia karena tindakan yang dilakukan pada awalnya telah salah. Bisnis yang merugi di sini tidak semata-mata kita fahami sebagai kerugian dalam hal materi tetapi juga kerugian di akhirat karena hanya mementingkan keuntungan dunia saja. Pada praktek bisnis ini, selain hanya mendapatkan keuntungan di dunia saja, perilaku jahat dalam bisnis dapat merugikan atau menyakiti pihak lain.

c. Pemeliharaan Prestasi, Hadiah, dan Hukuman

Pemeliharaan prestasi dalam bisnis mengacu pada bagaimana kita menjalankan bisnis dengan baik atau buruk di dunia. Jika kita menjalankan bisnis dengan etika bisnis yang baik, Allah akan memberikan balasan yang baik dan sebaliknya jika melakukan sesuatu bisnis yang tidak baik maka Allah akan membalasnya sesuai dengan apa yang dikerjakan seperti yang telah dijelaskan dalam Al Qur'an berikut ini :

a. QS An Fushilat: 46, yang artinya:

“ Barangsiapa yang mengerjakan amal yang saleh maka (pahalanya) untuk dirinya sendiri dan barangsiapa yang berniat jahat maka (dosanya) atas dirinya sendiri, dan sekali-kali Tuhanmu tidaklah menganiaya hamba-hambanya”

b. QS Az Zalzalah :7-8, yang artinya:

“ Barangsiapa yang mengerjakan kebajikan seberat zarahpun, niscaya dia akan

melihat (balasannya). Dan barangsiapa yang mengerjakan kejahatan seberat zarah pun maka dia juga akan melihat (balasannya).”

c. QS An Nissa :29, yang artinya:

“ Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya adalah Allah Maha Penyayang kepadamu.”

d. QS Al Kahfi: 30, yang artinya:

“ Sesungguhnya mereka yang beriman dan beramal shaleh, tentulah Kami tidak akan menyia-nyikan pahala orang-orang yang mengerjakan amalan (nya) dengan baik.”

e. QS An Nissa:124, yang artinya:

“ Barangsiapa yang mengerjakan amal-amal shaleh, baik laki-laki maupun perempuan sedang ia orang yang beriman, maka mereka itu masuk ke dalam surga dan tidak dianiaya walau sedikitpun.”

Penjelasan ayat Al Qur'an di atas telah menegaskan bahwa semua perbuatan yang kita lakukan akan mendapatkan balasannya, baik itu perbuatan baik ataupun buruk. Perbuatan baik dalam bisnis akan mendapatkan balasan atau hadiah dari Allah yaitu berupa balasan surga dan kenikmatan di dalamnya, sedangkan perbuatan burukpun akan mendapatkan hadiah berupa hukuman sesuai dengan tingkat keburukan yang dikerjakan.

53. Etika Bisnis Ala Rasulullah SAW.

Rasulullah SAW adalah pedagang yang sangat sukses pada masanya, dalam menjalankan bisnis perdagangannya Rasulullah melakukan dan mengajarkan beberapa etika dalam berbisnis, di antaranya ¹³:

a. Kejujuran dalam menjelaskan produk

Ketika melakukan sebuah transaksi jual beli atau transaksi bisnis seorang pedagang dianjurkan untuk bersikap jujur. Kejujuran menjadi modal utama dalam menjalankan sebuah bisnis. Jika kejujuran digunakan sebagai dasar etika menjalankan bisnis akan memberikan dampak yang positif bagi usaha bisnis yang dijalankan dan memberikan keuntungan bagi bisnis tersebut. Salah satu sifat kejujuran adalah kejujuran dalam menjelaskan sebuah produk yang ditawarkan. Seorang pebisnis harus jujur mengenai barang dagangannya baik dalam bentuk

kualitas atau kuantitas sebuah barang. Dalam menjalankan bisnisnya Rasulullah SAW melarang kita meletakkan barang yang busuk di bawah barang yang masih baru. Rasulullah juga bersabda, yang artinya :

“Tidak dibenarkan seorang muslim menjual satu jualan yang mempunyai aib, kecuali ia menjelaskan aibnya.” (HR Al Quzwani)

Dari hadis tersebut kita dapat memahami betapa pentingnya sebuah kejujuran dimiliki oleh seseorang dalam hal apapun, karena seseorang yang selalu bersikap jujur akan selalu mendapatkan kepercayaan dari orang lain, dan tidak menutup kemungkinan dengan bersikap jujur mengenai produk yang kita tawarkan maka pelanggan akan terus berdatangan dan menjalin kerjasama dengan kita. Hal tersebut tentu akan memberikan pengaruh terhadap bisnis yang kita kelola, dan membuatnya terus berkembang dan maju.

b. Suka sama suka

Etika bisnis yang juga diajarkan oleh Rasulullah adalah adanya prinsip suka sama suka antara kedua belah pihak yang melakukan transaksi bisnis. Prinsip tidak adanya paksaan dalam melakukan sebuah transaksi dapat memberikan keuntungan dalam mengelola sebuah bisnis. Seorang pebisnis selayaknya memahami pentingnya etika bisnis dan mengetahui bahwa prinsip suka sama suka memiliki peran yang besar sebagai kunci sebuah kesuksesan bisnis.

c. Tidak menipu takaran, ukuran dan timbangan

Dalam melakukan kegiatan bisnis khususnya dalam bisnis perdagangan, seseorang dianjurkan untuk tidak menipu takaran, ukuran dan timbangan. Kegiatan bisnis yang baik adalah kegiatan yang dilakukan dengan landasan kejujuran dalam mengukur kadar timbangan dalam berdagang.

d. Tidak menjelek- jelekkkan bisnis orang lain

Salah satu hal yang dilakukan seorang pebisnis dalam memperkenalkan produknya, salah satunya adalah dengan mengiklankan produk dagangannya. Etika yang harus dilakukan ketika mengiklankan produk adalah tidak menjelek- jelekkkan produk orang lain. Untuk mendapatkan keuntungan dalam kegiatan bisnis hendaknya etika bersikap sportif dan lebih menonjolkan keunggulan produk yang dimiliki akan lebih mendatangkan keuntungan dan keberkahan bagi sebuah bisnis daripada menjelek- jelekkkan produk orang lain.

e. Bersih dari unsur riba

Keuntungan yang diperoleh dari sebuah bisnis hendaknya tidak mengandung unsur riba. Untuk meminimalisir unsur riba dalam usaha bisnis, hendaknya dalam

berbisnis seseorang menggunakan cara- cara yang islami yaitu tetap berpegang teguh dengan ajaran Al Qur'an dan Sunnah. Telah dijelaskan dalam Al Qura'an bahwa riba sangat dilarang dalam islam, berikut beberapa ayat yang menegaskan pelarangan riba :

QS Ar Ruum ayat 39, yang artinya :

“Dan sesuatu riba (tambahan) yang kamu berikan agar dia menambahpada harta manusia, maka riba itu tidak menambah pada sisi Allah. Dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, maka (yang berbuat demikian) itulah orang-orang yang melipatgandakan pahala.”

QS Al Imran ayat 130 , yang artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertaqwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapatkan keberuntungan.”

QS Al Baqarah ayat 278, yang artinya :

“ Hai orang-orang yang beriman,bertaqwalah kepada Allah dan tinggalkanlah riba (yang belum dipungut) jika kamu orang- orang beriman.”

Dari beberapa ayat tersebut telah jelas bahwa riba sangat dilarang dalam bisnis karna hanya akan mendatangkan kerugian bagi orang yang memakan riba tersebut. Oleh karena itu etika bisnis yang baik sangat dianjurkan untuk mendatangkan keuntungan yang bersifat duniawi dan ukhrawi.

f. Tidak menimbun barang (Ihtikar)

Penimbunan barang dalam bisnis juga dilarang dalam islam. Hal tersebut dikhawatirkan dapat memberikan kerugian bagi pihak lain karena akan menimbulkan kelangkaan suatu barang tertentu yang mengakibatkan naiknya harga barang sehingga menyebabkan orang lain mendapatkan kesulitan dalam memperoleh barang. Praktek ihtikar biasanya dilakukan oleh pihak tertentu untuk mendapatkan keuntungan yang berlipatganda dan mereka yang melakukan penimbunan barang hanya berorientasi pada keuntungan semata tanpa memperdulikan kemaslahatan orang lain. Oleh karena itu etika bisnis yang baik salah satunya adalah tidak melakukan penimbunan barang dan selalu memberikan manfaat atau kemudahan bagi orang lain sehingga tercipta kemaslahatan.

g. Tidak melakukan monopoli

Etika bisnis secara islam juga menganjurkan kepada kita untuk tidak melakukan monopoli barang. Monopoli dalam hal ini terjadi apabila dalam suatu perusahaan yang menjadi penjual tunggal suatu produk tanpa adanya barang substitusi yang mirip.

Jika monopoli terjadi dalam suatu tempat akan menyebabkan barang menjadi sedikit karena disediakan oleh satu perusahaan saja sehingga menyebabkan harga barang menjadi mahal, hal tersebut tentu saja akan menyebabkan orang lain kesulitan karena tidak semua orang mampu membayar atau membeli barang dengan harga yang mahal.

h. Mengutamakan kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan menjadi kunci yang tidak kalah penting untuk dilakukan dalam sebuah bisnis. Kepuasan yang dirasakan oleh seorang pelanggan akan membuat pelanggan untuk menggunakan dan membeli lagi produk atau jasa yang kita tawarkan. Selain itu jika seorang pelanggan merasa puas dengan pelayanan atau produk yang kita tawarkan maka pelanggan tersebut akan mengajak orang lain untuk menggunakan produk atau jasa dari perusahaan kita sehingga jika hal tersebut terus dilakukan akan dapat memberikan dampak yang positif dalam perusahaan.

i. Membayar upah sebelum kering keringat karyawan

Upah atau gaji adalah balas jasa yang diterima atas apa yang telah dilakukan atas suatu pekerjaan tertentu. Etika bisnis dalam islam mengajarkan untuk membayar gaji karyawan sebelum keringatnya kering merupakan suatu perumpamaan bahwa seorang pimpinan berkewajiban menyegerakan pembayaran upah seorang karyawan segera setelah pekerjaannya selesai dilakukan. Perusahaan juga dikategorikan perusahaan yang sehat jika mampu membyar kewajibannya kepada karyawannya.

j. Teguh menjaga amanah

Etika profesi yang terakhir adalah seorang pebisnis harus teguh dalam menjaga amanahnya. Menjaga amanah dalam hal ini dapat berarti banyak hal misalnya saja dalam menjalin hubungan kerjasama bisnis dengan rekan kerja hendaknya memiliki sikap amanah atau dapat dipercaya. Ketika menjalin perjanjian bisnis hendaknya dituliskan dengan sebuah akad yang jelas sehingga dapat dipertanggungjawabkan di kemudian hari. Sikap amanah dapat mempengaruhi kepercayaan seseorang atau mitra bisnis untuk menjalin kerjasama bisnis dengan perusahaan kita. Jika sudah memiliki kepercayaan terhadap kita maka

mitra tersebut akan terus menjalin kerjasama dengan kita yang pada akhirnya akan memberikan dampak yang baik untuk perusahaan kita. Allah SWT telah menjelaskan dalam Al Qur'an QS an Nissa ayat 58, yang artinya:

“Sesungguhnya Allah menyuruh manusia menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan menyuruh manusia apabila menetapkan hukum di antara manusia agar menetapkannya dengan adil”.

Dalam ayat tersebut Allah menyuruh kita untuk menyampaikan amanah kepada yang berhak menerimanya. Jadi amanah adalah sikap yang penting untuk kita miliki dalam menjalankan bisnis kita.

54. Lingkungan Pemasaran Syariah

Dalam QS. Luqman: 29 dan An-Naml: 86, Allah SWT menyuruh kita untuk ‘memperhatikan’ agar manusia berpikir tentang betapa besar kekuasaan Allah SWT, sehingga manusia dapat berperilaku dengan baik sesuai aturan yang telah ditetapkan. Dalam QS. An-Nisa: 94 dan Al-hujurat: 6, Allah SWT memerintahkan orang yang beriman agar ‘teliti’. Hikmah dari perintah ‘memperhatikan’ dan ‘teliti’ tersebut dalam konteks pemasaran adalah sorang pemasar atau manajer agar melakukan sebuah riset terlebih dahulu lingkungan-lingkungan pemasaran sebelum penetrasi. Sedangkan dalam pemasaran syariah terdapat lingkungan makro dan mikro dalam menciptakan keunggulan bersaing.

1. Lingkungan Mikro Pemasaran Syariah

Untuk menciptakan nilai yang baik dan bermanfaat bagi konsumen membutuhkan kerjasama dan hubungan yang baik dengan lingkungan mikro, seperti internal perusahaan, pemasok, perantara, pesaing, dan konsumen.

a. Internal Perusahaan

Penciptaan nilai dalam pemasaran tidak bisa dilepaskan dari efisiensi proses. Efisien bermakna penggunaan sumberdaya yang seminimal mungkin di dalam proses bisnis. Untuk dapat memastikan proses produksi suatu produk menggunakan sumberdaya yang efisien tentu saja memerlukan kerjasama seluruh departemen atau unit di dalam internal perusahaan.

Harga murah untuk konsumen tidak akan bisa terwujud tanpa ongkos produksi yang rendah. Diperlukan kerjasama dengan unit atau departemen pembelian dalam perusahaan agar bahan baku yang diperoleh murah dan berkualitas. Tidak kalah pentingnya juga peran dari departemen produksi, departemen SDM, departemen

keuangan dan akuntansi. Semua departemen harus dalam satu visi dan misi untuk menciptakan nilai bagi konsumen. Harmonisasi internal untuk menghasilkan nilai adalah langkah awal yang sesuai dengan prinsip syariah. Hal ini sesuai dengan perintah Allah SWT dalam Al-Qur'an :

Dan berpeganglah kamu semuanya kepada tali (agama) Allah, dan janganlah kamu bercerai berai, dan ingatlah akan nikmat Allah kepadamu ketika kamu dahulu (masa Jahiliyah) bermusuh-musuhan, maka Allah mempersatukan hatimu, lalu menjadilah kamu karena nikmat Allah, orang-orang yang bersaudara; dan kamu telah berada di tepi jurang neraka, lalu Allah menyelamatkan kamu dari padanya. Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu, agar kamu mendapat petunjuk. (QS. Ali Imran: 103)

b. Pemasok

Selain harus bersinergi dengan internal perusahaan, pemasar harus bekerja sama dengan pihak eksternal perusahaan, yaitu pemasok. Pemasok dan perusahaan memiliki hubungan yang *inter-related*, keduanya saling membutuhkan (simbiosis mutualisme). Saat ini perusahaan besar tidak hanya fokus pada kepuasan konsumen saja, melainkan juga kepuasan pemasok mereka. Ada beberapa faktor dalam mengukur kepuasan pemasok, diantaranya adalah intensitas kerjasama, proses pemesanan, tagihan dan pengiriman, komunikasi, manajemen konflik, dan pandangan umum (Essig dan Amann, 2009). Dalam konteks manajemen pemasaran syariah harmonisasi dengan pemasok sangat penting dilakukan agar perusahaan mendapatkan pasokan bahan baku yang halal baik dari sisi pemesanan maupun pengirimannya.

c. Perantara

Faktor eksternal kedua setelah pemasok adalah perantara pemasaran (*marketing intermediaries*). Definisi perantara disini adalah semua pihak yang dapat membantu perusahaan dalam upaya untuk mempromosikan, menjual dan mendistribusikan produk ke konsumen. Perantara dapat dibedakan menjadi tiga jenis; perusahaan distributor, agensi pemasaran, dan perusahaan jasa keuangan. Dalam konteks manajemen pemasaran syariah perusahaan harus bekerjasama dengan agensi pemasaran yang mampu membuat konten promosi halal. Perusahaan tidak boleh bekerjasama dengan agensi pemasaran yang dapat menciderai nilai 'halal' klien mereka.

d. Pesaing

Pesaing menjadi lingkungan yang harus diteliti secara serius oleh perusahaan. Jika perusahaan tidak dapat menawarkan produk yang lebih bernilai dari pesaing maka perusahaan akan tersingkir. Di era digital seperti ini pesaing tidak bisa dipandang hanya sebagai musuh saja, melainkan pesaing juga dapat diposisikan sebagai kawan. Kolaborasi justru akan memperkuat perusahaan dalam menciptakan nilai pelanggan. Dalam Islam, persaingan sendiri tidaklah dilarang, seperti disebutkan dalam ayat Al-Qur'an:

Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. Di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu. (QS. Al Baqarah: 148).

Ayat tersebut menunjukkan bahwa persaingan bukanlah hal yang dilarang dalam Islam, selama proses dan tujuannya tidak bertentangan dengan syariat Islam. Tujuan yang dilarang dalam persaingan misalnya adalah untuk memonopoli pasar. Monopoli pasar dapat merusak pasar karena perusahaan bertindak sebagai *price maker* (penentu harga) dan konsumen sebagai *price taker* (penerima harga).

e. Konsumen

Pada teori pemasaran konvensional menggunakan konsep *market driven strategy*, dimana setiap langkah perusahaan ditentukan oleh konsumen baik level individual, bisnis, pengecer, pemerintahan, dan internasional. Berbeda halnya dengan pemasaran syariah yang menggunakan konsep *sharia driven strategy*, yang artinya setiap langkah dalam pemasaran tidak hanya berdasarkan konsumen, melainkan juga oleh aturan syariah. Konsekuensinya, meskipun terjadi permintaan yang sangat tinggi dari konsumen, namun jika produk yang diminta tidak sesuai dengan aturan syariah, maka pemasar tidak boleh menyediakannya.

2. Lingkungan Makro Pemasaran Syariah

Lingkungan makro mencakup beberapa faktor yang biasa disebut dengan model DESTEP, kependekan dari demografi, ekonomi, sosial dan budaya, teknologi, ekologi, dan politik. Jika pemasar gagal mengidentifikasi faktor-faktor tersebut dapat mengakibatkan kegagalan dalam proses pemasaran.

a. Lingkungan Demografi

Demografi adalah suatu kajian tentang populasi manusia dalam bentuk jumlah (ukuran), jenis, lokasi, usia, ras, pekerjaan, agama dan beberapa komponen lainnya. Seorang pemasar harus menyediakan produk/jasa sesuai keinginan konsumennya, yang dalam hal ini dapat dilihat dari demografi konsumen. Al-Quran juga memberi petunjuk tentang demografi, seperti dalam ayat berikut:

Wahai manusia, sesungguhnya kami telah menciptakan kalian menjadi laki-laki dan perempuan, dan (dengan menciptakan manusia berpasangan) kami telah jadikan kalian berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kalian saling mengenal. Sesungguhnya yang paling bertakwa diantara kalian di sisi Allah adalah yang paling bertakwa. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui, Mahateliti. (Al-Hujurat: 13).

Islam tidak memandang warna kulit, suku, ras, dan bangsa seseorang, sebaliknya yang diakui dalam Islam adalah ketaqwaan seseorang. Maka seorang pemasar harus mampu melayani konsumen dengan latar belakang demografis yang berbeda-beda secara adil.

b. Lingkungan Ekonomi

Lingkungan ekonomi disini diartikan sebagai kemampuan pasar (konsumen) untuk melakukan pembelian (*purchasing power*). Tanpa *purchasing power* kegiatan pemasaran tidak akan sukses. Fungsi dasar dari pemasaran adalah menciptakan nilai untuk merespon kebutuhan dan keinginan konsumen, namun tanpa kemampuan pembelian, kebutuhan dan keinginan tidak akan berubah menjadi permintaan.

Meskipun lingkungan ekonomi negara-negara muslim belum sebaik negara-negara non-muslim namun jika dilihat secara spesifik penduduk muslim menyumbang peran yang sangat kontributif terhadap sektor pariwisata. Kesadaran akan kekuatan ekonomi orang-orang Islam memaksa beberapa negara non-muslim untuk menyesuaikan kampanye wisata yang *muslim-friendly*.

c. Lingkungan Sosial dan Budaya

Pemasar harus memperhatikan lingkungan sosial dan budaya di daerah yang dipilih menjadi pangsa pasarnya. Lingkungan sosial dan budaya masyarakat akan mempengaruhi langkah pemasaran yang akan diambil selanjutnya. Pemasar muslim sebaiknya bijaksana dalam memasarkan produk/jasanya sesuai kondisi daerah

tersebut, agar tidak bertentangan dengan lingkungan sosial dan budaya yang dianut oleh penduduk setempat dengan tetap berpegang pada syariat Islam.

d. Lingkungan Teknologi

Teknologi berkembang dengan sangat cepat, bagi perusahaan beradaptasi dengan teknologi bukanlah sebuah pilihan, melainkan sebagai kewajiban. Stasiun TV yang digunakan sebagai media promosi utama perusahaan telah berubah drastis seiring berkembangnya media sosial. Stasiun TV akan kalah saing dengan Youtuber yang memiliki chanel dengan konten yang jauh lebih menarik dan kreatif. Beradaptasi dengan teknologi sama sekali tidak bertentangan dengan nilai ajaran Islam. Dalam Al-Qur'an juga dijelaskan bagaimana Islam sangat terbuka dengan perkembangan teknologi :

Perhatikanlah apa yang ada di langit dan di bumi!" Tidaklah bermanfaat tanda-tanda (kebesaran Allah) dan rasul-rasul yang memberi peringatan bagi orang yang tidak beriman." (QS. Yunus : 101).

Fenomena yang terjadi di langit dan bumi tidak hanya dilihat dengan mata kepala saja, akan tetapi dikaji, diteliti, dipelajari dan dicermati untuk dikembangkan menjadi IPTEK. Pemasar pun harus beradaptasi dengan cepatnya perkembangan teknologi.

e. Lingkungan Ekologi

Lingkungan makro pemasaran lainnya yang mempengaruhi kinerja pemasaran adalah lingkungan ekologi. Lingkungan ekologi mencakup sumberdaya alam yang dibutuhkan sebagai input oleh pemasar atau yang dapat mempengaruhi aktivitas pemasaran (Kotler dan Amrstrong, 2012). John Elkington (1994) memperkenalkan konsep Tripple Bottom Line atau sering disingkat 3P. Konsep 3P (*profit, people, planet*) bahwa perusahaan harus peduli pada ekonomi (*profit*), sosial (*people*), dan lingkungan (*planet*). Logikanya jika perusahaan hanya memikirkan profit tanpa peduli kepada lingkungan, di masa depan mereka tidak akan bisa mendapatkan input dari lingkungan (karena sudah tercemar). Hal ini juga disinggung oleh Al-Qur'an:

Telah tampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan karena perbuatan tangan manusia; Allah menghendaki agar mereka merasakan sebagian dari (akibat) perbuatan mereka, agar mereka kembali (ke jalan yang benar). (QS. Ar-Rum: 41).

Menjaga dan melestarikan lingkungan adalah salah satu dari kebaikan ajaran agama Islam. Tidak menjaga dan melestarikan lingkungan dapat mengganggu kehidupan manusia, begitu pula dalam bisnis, kelalaian dalam menjaga lingkungan dapat berdampak malapetaka bagi kinerja suatu perusahaan.

f. Lingkungan Politik

Lingkungan politik sering kali menjadi penghambat aktivitas pemasaran suatu perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. Lingkungan politik disini mencakup hukum, dan juga tekanan dari kelompok tertentu di dalam suatu negara atau area. Di dalam Islam sendiri membuat aturan politik terkait aturan memasarkan produk disuatu area tidaklah terlarang. Masing-masing negara memiliki hak dan wewenang untuk menciptakan aturan mereka sendiri. Justru seorang pemasar atau sebuah perusahaan harus patuh dan taat pada aturan yang telah diregulasikan agar praktik pemasaran dapat amanah.

55. S-T-P dalam Perspektif Pemasaran Syariah

1. Segmenting

Ada beberapa kategori segmentasi pasar, yaitu demografis, geografis, behaviour, dan juga psikografis. Berikut penjelasan dari keempat kategori utama dari segmentasi pasar:

a. Demografis

Segmentasi pasar berdasarkan peta demografis adalah ketika pemasar membagi pelanggan menjadi beberapa kelompok berdasarkan informasi demografis mereka, seperti: usia, pendapatan, jenis kelamin, tingkat pendidikan, lajang atau menikah, ras, jabatan, agama, dan banyak lagi. Agama menjadi salah satu poin yang diperhatikan dalam strategi segmentasi pemasaran syariah.

b. Geografis

Segmentasi pasar berdasarkan peta geografis adalah ketika pemasar memisahkan pelanggan berdasarkan tempat mereka berada. Jika skala bisnis telah sampai ranah internasional, segmentasinya dapat berupa antar benua atau negara. Pemasar juga dapat menyegmentasikannya menurut wilayah, provinsi, kota, dan bahkan lingkungan atau area di dalam kota. Bagi marketer muslim penting untuk melakukan segmentasi geografis berdasarkan negara-negara islam.

c. Behavioral atau Perilaku

Metode ini membuat segmen berdasarkan perilaku atau sifat pelanggan, seperti

bagaimana mereka mengunjungi toko, apa yang mereka ketahui tentang produk, bagaimana mereka menggunakan produk, dan bagaimana mereka membuat keputusan pembelian. Adiwarmanto Karim membagi hasil segmentasi perilaku menjadi tiga segmen :

- *Sharia loyalist*, yaitu segmen pasar yang sangat loyal pada produk yang halal syaria.
- *Floating market*, yaitu segmen yang mengambang, maksudnya tidak memiliki komitmen kuat terhadap salah satu sistem (syaria ataupun konvensional).
- *Conventional loyalist*, yaitu segmen pasar yang berkebalikan dengan *sharia loyalist*.

d. Psikografis

Strategi ini memuat tentang keyakinan, nilai, kepribadian, dan gaya hidup pelanggan. Semua sifat ini dapat memengaruhi keputusan belanja mereka. Kelompok psikografis mungkin merupakan campuran dari jenis segmentasi lain, seperti usia atau agama (demografi) atau lokasi mereka (geografis), contoh: terdapat suatu fakta bahwa pelanggan yang lahir di antara tahun 1981 dan 1990 lebih cenderung membeli produk organik, “alami”, atau ramah lingkungan.

2. Targeting

Targeting adalah strategi mengalokasikan sumber daya perusahaan secara efektif. Tiga kriteria dalam mengevaluasi dan menentukan segmen yang akan ditarget, yaitu:

- a. Memastikan bahwa segmen pasar yang dipilih cukup besar dan akan cukup menguntungkan bagi perusahaan. Semakin besar keuntungan yang didapatkan, zakat yang dikeluarkan akan semakin banyak, sehingga perusahaan memiliki *impact* terhadap fakir miskin.
- b. Strategi *targeting* itu harus didasarkan pada keunggulan kompetitif perusahaan yang bersangkutan. Keunggulan kompetitif merupakan cara untuk mengukur apakah perusahaan itu memiliki kekuatan untuk mendominasi segmen pasar yang dipilih. Pemasar muslim harus mempertimbangkan manfaat yang sebesar-besarnya atas produk bagi konsumennya.
- c. Segmen pasar yang dibidik itu harus didasarkan pada situasi persaingannya yang secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi daya tarik target segmen. Pemasar muslim harus bersaing dengan sehat dan tidak melanggar aturan syaria, sehingga terus fokus meningkatkan daya tarik produknya.

3. *Positioning*

Positioning adalah suatu tindakan atau langkah-langkah dari produsen untuk mendesain citra perusahaan dan penawaran nilai dimana konsumen didalam suatu segmen tertentu mengerti dan menghargai apa yang dilakukan suatu segmen tertentu, mengerti dan menghargai apa yang dilakukan suatu perusahaan, dibandingkan dengan pesaingnya. Dan *positioning* adalah suatu strategi dalam kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk menciptakan perbedaan (*differents*), keuntungan (*advantages*), manfaat (*benefit*). Yang menentukan *positioning* :

- a. Adalah kajian terhadap konsumen (*customer*). Disini *positioning* harus mendeskripsikan value bagi konsumen karena *positioning* mendeskripsikan value yang unggul. Selain itu *positioning* merupakan penentu penting bagi konsumen pada saat memutuskan untuk membeli. Pemasar muslim sebaiknya dapat menghadirkan *Islamic value* dalam produknya.
- b. Didasarkan atas kajian pada kapabilitas perusahaan (*company*). Disini *positioning* harus mencerminkan kekuatan dan keunggulan kompetitif perusahaan, seperti lokasi yang strategis dan religius.
- c. Didasarkan atas kajian pada pesaing (*competitor*). Disini *positioning* harus bersifat unik, sehingga dengan mudah dapat mendiferensiasikan diri dari para pesaing, seperti memiliki sertifikat halal pada produknya.
- d. Didasarkan atas kajian terhadap perubahan yang terjadi dalam lingkungan bisnis (*change*). Dikatakan bahwa *positioning* harus berkelanjutan dan selalu relevan dengan berbagai perubahan lingkungan bisnis.

56. Taktik Pemasaran Syariah

Dalam pemasaran syariah, nilai yang ingin disampaikan kepada konsumen adalah nilai-nilai yang fair, jujur, adil, dan manfaat sebagai tujuan inti. Sehingga agar tujuan inti tersebut dapat terealisasi, diperlukan taktik pemasaran berupa *product*, *price*, *place*, dan *promotion* yang fair, jujur, adil, dan manfaat (Aji, 2019).

1. Produk

Dalam beberapa situasi, produk bisa bersifat *tangible* dan *intangible*. Sehingga dalam hal ini, produk dapat didefinisikan sebagai satu paket kepuasan (Onkvisit dan Shaw, 2004). Kotler dan Keller (2012) mendefinisikan produk sebagai segala sesuatu yang dapat memuaskan kenutuhan dan keinginan konsumen, mencakup barang fisik,

jasa, pengalaman, event, seseorang, tempat, property, organisasi, informasi dan ide.

Urgensi pemasaran syariah adalah bagaimana dapat membuat kegiatan pemasaran menjadi lebih etis. Produk yang syariah adalah produk yang dapat memuaskan kebutuhan konsumen baik secara daruriyat (primer), hajiyat (skunder) maupun tahsiniyat (tersier) namun tidak bertentangan dengan aturan syariah. contoh dari produk yang terlarang karena bertentangan dengan aturan syariah diantaranya adalah produk yang mengandung kandungan darah, daging babi, bangkai, yang belum dimiliki, yang mengandung unsur ribawi serta dapat merusak atau membahayakan orang lain.

2. Penetapan Harga Halal

Harga bukan sekedar angka yang muncul pada produk atau jasa, secara lebih luas harga dapat didefinisikan sebagai total nilai (tidak harus berbentuk uang) yang diberikan oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat dari suatu produk atau jasa. Sama halnya pada pemasaran konvensional, ada 5 tahapan yang harus dipertimbangkan perusahaan sebelum menentukan harga :

- a. Menentukan tujuan penetapan harga
- b. Analisis permintaan
- c. Estimasi biaya
- d. Analisis biaya, harga, dan tawaran dari pesaing
- e. Memilih metode penetapan harga

Islam mengatur bagaimana seseorang penjual harus memberikan harga pada suatu produk. Ada beberapa hal yang dilarang dalam praktik penetapan harga, yaitu:

- a. *Tas'ir* (pematokan harga oleh pemerintah)

Pemerintah memiliki kewenangan untuk mematok harga baik itu lebih mahal dari harga sebelumnya atau lebih murah, kewenangan ini dinamakan *tas'ir*. Dalam ekonomi konvensional perilaku pemerintah ini diistilahkan dengan *price ceiling* (mengontrol harga maksimum dalam pasar) dan *price floor* (mengontrol harga minimum dalam pasar).

Ulama berbeda pendapat tentang *tas'ir*, ada yang mengharamkan ada yang menghalalkan. Ulama yang menghalalkannya berdasarkan pada hadits :

“Allah itu sesungguhnya adalah penentu harga penahan, pencurah, serta pemberi rizki. Aku mengharapkan dapat menemui tuhanku dimana salah seorang dari kalian

tidak menuntutku karena kezaliman dalam hal darah dan harta.” (Hadits Hasan Shahih, diriwayatkan oleh enam imam hadits yang utama kecuali An-Nasa’i).

Sedangkan ulama yang mengharamkan *tas’ir* berdasarkan pada Al-Qur’an :

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu...” (QS. An-Nisa:29).

Sebagian dari ulama yang mengharamkan *tas’ir* tetap memperbolehkannya selama terjadi praktik-praktik berikut :

- Ketika masyarakat membutuhkan barang, tetapi penjual memanfaatkan kondisi tersebut dengan curang untuk menaikkan harga.
- Ketika terjadi penimbunan barang yang mengakibatkan harga-harga menjadi mahal.
- Ketika monopoli dan oligopoli produk terjadi ditengah masyarakat sehingga harga menjadi tidak kompetitif.
- Ketika terjadi akad perjanjian yang tidak sah, misalnya akad dari produsen yang cenderung menipu konsumen.

b. Aturan ambang batas minimal dan maksimal penetapan harga sesuai syariah

Dalam Islam, penetapan harga diperbolehkan menjual dibawah harga pasar maupun diatas harga pasar. Diperbolehkannya menjual produk dibawah harga pasar didasarkan pada atsar Umar bin Khattab dan Hatib bin Abu Balta’ah. Saat itu Hatib menjual kurma kering di pasar Madinah dengan harga lebih murah dibandingkan pedagang lainnya, sehingga Umar bin Khattab marah dan mengusir Hatib dari pasar. Hatib pulang dan para pembeli tetap membeli kurma di rumah Hatib. Kemudian Umar bin Khattab mendatangi rumah Hatib dan merujuk pendapatnya dengan memperbolehkan menjual kurma kembali. Artinya disini terdapat kebolehan menjual dibawah atau diatas harga pasar sesuai situasi dan kondisi selama tidak mendzolimi orang lain (baik sesama rekan penjual maupun konsumen).

c. Tidak menimbun barang agar harga di pasar melambung

Menimbun barang adalah sangat dilarang dalam Islam, karena dapat merusak mekanisme permintaan dan penawaran dalam pasar. Dalam Islam praktik ini disebut *ikhtikar* yaitu membeli barang melebihi kebutuhan dengan tujuan menimbunnya, menguasai pasar dan dijual dengan harga tinggi sekehendaknya pada saat khalayak

ramai membutuhkannya. Hal ini didasarkan pada hadits :

“Tidak boleh menimbun barang, jika tidak, maka ia termasuk orang yang berdosa.”
(HR. Muslim).

3. Promosi Halal

Beda halnya dengan pemasaran konvensional, ada beberapa aturan syariah dalam melakukan promosi agar maqashid syariah bisa tercapai. Berikut adalah ketentuan promosi dalam Islam (Aji, 2019) :

- a. Tidak mempromosikan produk haram
- b. Pesan dalam promosi harus jujur dan amanah
- c. Tidak boleh mendeskritkan pemasar lain
- d. Tidak mengecoh konsumen dengan produk imitasi
- e. Tidak melakukan *ba'i najasy*
- f. Tidak promosi dengan membeli *follower* palsu
- g. Tidak promosi barang dagangan di postingan sosial media orang lain

4. Saluran Distribusi Halal

Konsekuensi dari manajemen pemasaran syariah adalah seorang manajer pemasaran muslim harus memperhatikan aktifitas-aktifitasnya agar sesuai dengan kaidah syariah. berikut beberapa saluran distribusi yang memerlukan perlakuan syariah (Aji, 2019) :

- a. Menjual di tempat-tempat yang diharamkan

Salah satu tempat yang terlarang untuk berjualan adalah di dalam Masjid. Hal ini didasarkan pada hadits :

“Jika engkau melihat orang berjual-beli atau orang yang barangnya dibeli di masjid, maka katakanlah kepada mereka: semoga Allah tidak memberikan keuntungan pada perdaganganmu. Dan jika engkau melihat orang di masjid yang mengumumkan barangnya yang hilang, maka katakanlah: semoga Allah tidak mengembalikan barangmu” (HR. Tirmidzi).

Tempat lain yang menjadi perhatian adalah tempat yang dapat mengganggu atau membahayakan orang lain, misalnya seperti di trotoar atau di jalanan dan tempat yang dilarang pemerintah.

*“Iman itu ada tujuh puluh cabang lebih, atau enam puluh cabang lebih. Yang paling utama yaitu perkataan *Lâ ilâha illallâh*, dan yang paling ringan yaitu*

menyingkirkan gangguan dari jalan. Dan malu itu termasuk bagian dari iman” (HR. Bukhari).

Menyingkirkan hamabatan dari jalan adalah salah satu cabang dari keimanan, maka bagi para manajer pemasaran muslim sebaiknya memperhatikan dimana ia berbisnis.

b. *Halal supply chain* (rantai pasokan halal)

Supply chain atau rantai pasokan adalah suatu sistem baik itu dalam hal organisasi, informasi maupun aktivitas yang diperlukan untuk menciptakan, memaksimalkan serta mendistribusikan nilai kepada konsumen. Pada praktiknya, status halal suatu produk dipengaruhi oleh rantai pasokannya. Karena halal tidak hanya dilihat dari zatnya saja, melainkan juga dari cara memprosesnya dan cara memperolehnya.

c. *Dropshipping*

Dropshipping adalah metode pemenuhan barang ritel di mana toko tidak menyimpan atau menstok produk yang dijualnya. Jadi, ketika toko itu menjual satu produk, pemilik toko itu akan membeli produk itu dari pihak ketiga dan pihak ketiga itu mengirim langsung ke pembeli. Akibatnya, penjual tidak pernah melihat atau menangani produk secara langsung. Berjualan dengan metode ini bisa menjadi halal atau haram, tergantung bagaimana hakikat dari *dropship* yang dilakukan. Hal ini menjadi masalah karena secara spesifik Islam melarang praktik menjual produk yang belum dimiliki. Rasulullah SAW bersabda :

“Wahai Rasulullah, seseorang mendatangiku lantas ia menginginkan dariku menjual barang yang bukan milikku. Apakah aku harus membelikan untuknya dari pasar?” Nabi shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda, *“Janganlah engkau menjual barang yang bukan milikmu.”* (HR. Abu Daud).

Untuk keluar dari keharaman dari keharaman metode *dropship*, seorang *dropshiper* dapat melakukan dua cara, yaitu bertindak sebagai *agent* atau bertindak sebagai *merchant*. Adapaun perbedaan keduanya bisa dilihat pada table dibawah ini :

	Agen	Merchant
Kepemilikan	Tidak pernah memiliki produknya, karena hanya dititipi oleh produsen	Memiliki produknya karena telah membeli produk dari produsen

Kepentingan	Dapat bertindak atas kepentingan atau nama produsen	Tidak dapat bertindak atas kepentingan atau nama produsen, karena ketika sudah membeli produk, hubungan penjual-pembeli telah terputus
Kekuatan	Memiliki kekuatan untuk melakukan perjanjian atas nama produsen	Tidak memiliki kekuatan untuk membuat kontrak atau perjanjian atas nama produsen.

57. Islamic Branding dan Halal Branding

Bagaimana mengukur ke-Islaman suatu *brand*? Alsehran (2010) menuliskan bahwa sebuah *brand* dapat dikategorikan suatu *brand* yang Islami (*Islamic branding*) berdasarkan tiga ketentuan dibawah ini:

1. *Islamic branding* berdasarkan kepatuhan (*compliance*)

Brand yang Islami adalah *brand* yang daya tariknya secara ketat mengikuti atau patuh pada aturan syariat Islam. *Brand* pada kategori ini dilihat dari kehalalan produknya, contoh: Hotel Syariah Solo.

2. *Islamic branding* berdasarkan asal negara (*origin*)

Brand dapat dikatakan Islami jika berasal dari negara-negara Islam, contoh: Qatar Airways dan Emirates.

3. *Islamic branding* berdasarkan konsumen (*consumer*)

Brand yang berasal dari negara non-Islam, tetapi sera khusus menargetkan konsumen di negara Islam, contoh: Nestle, Unilever, L'Oreal, dll.

Sedangkan *brand* halal adalah *brand* yang penamaannya diperbolehkan mengikuti ketentuan syariat Islam (Qur'an dan Sunnah). Sehingga *brand* yang halal bisa saja bersifat implisit maupun eksplisit asalkan *brand* tersebut mencerminkan sesuatu yang sebenarnya (tidak ada unsur pengelabuan atau penipuan) kepada konsumen.

Referensi

- Aji, H. M. (2019). Manajemen Pemasaran Syariah Teori dan Praktik. *Yogyakarta. UPP STIM YKPN*.
- Amirullah. 2015. Pengantar Manajemen. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Anton Mulyono Aziz dan Maya Irjayanti, 2014. Manajemen. Bandung, Mardika Group.
- Anam, J., Sanuri, B. M. M. S., & Ismail, B. L. O. (2018). Conceptualizing the relation between halal logo, perceived product quality and the role of consumer knowledge. *Journal of Islamic Marketing*.
- Diana Khairani Sofyan. 2013. Perencanaan dan Pengendalian Produksi. Edisi Pertama. Graha Ilmu Yogyakarta.
- Elkington, J. (1994). Towards the sustainable corporation: Win-win-win business strategies for sustainable development. *California management review*, 36(2), 90-100.
- Essig, M., & Amann, M. (2009). Supplier satisfaction: Conceptual basics and explorative findings. *Journal of purchasing and supply management*, 15(2), 103-113.
- Fahmi, Irham. 2016. Perilaku Organisasi: Teori, Aplikasi dan Kasus. Bandung: Alfa Beta
- Griffin, Ricky. W. 2003. Manajemen. Jakarta: Erlangga
- Handoko, Hani. 2002. Manajemen. Yogyakarta: BPF
- Heizer, Jay Render, Barry. 2015. Manajemen Operasi: Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan, Edisi 11. *Pearson Education, inc* dan Salemba Empat, Jakarta.
- Keller, K. L., & Kotler, P. (2012). Branding in B2B firms. In *Handbook of business-to-business marketing*. Edward Elgar Publishing.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Principles of marketing 14th edition. *New Jearsey: Pearson Education Inc*.
- Malayu Hasibuan. 2016. Manajemen : Dasar, Penegertian, dan Masalah, Edisi Revisi. PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Novia Kristin Savitri. 2017. Penerapan Peramalan Penjualan (*Sales Forecast*) Roti Sebagai Dasar Penyusunan Perencanaan Produksi Pada Ciwawa *Cake And Bakery*, Skripsi, Universitas Pasundan, Bandung.
- Reid, R. dan Sanders, Nada R. 2017. *Operation Management : An Integrated Approach, Fifth Edition*, John Wiley ang Sons Singapore Pte. Ltd, Inc.
- Robbins, Stephen. P. 1994. Teori Organisasi; struktur, desain dan aplikasi. Jakarta: Arcan

_____. 2003. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Indeks

Santoso dan Rainisa M. Heryanto. 2017. *Perencanaan dan Pengendalian Produk* 1, Cet. 1, Penerbit Alfabeta, Bandung

Vincent Gasperz. 2016. *All-In-One: Productin and Inventory Management Foe Supply Chain Professional*, Edisi 8, Vinchristo Publication, Bogor. Yohanes

Yahya. 2014. *Pengantar Manajemen*. Jakarta : Bumi Aksara.