

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

LANDASAN TEORI

A. Manajemen

1. Pengertian Manajemen

Manajemen adalah seni (*art*). Seni adalah pengetahuan bagaimana mewujudkan hasil yang diharapkan. Manajemen juga disebut ilmu atau *science*. Manajemen menjelaskan gejala dan peristiwa, mensistemisasikan hubungan variabel dengan batasan-batasan pasti, mendasari prinsip-prinsip yang telah ditemukan.²³

Manajemen (pengelolaan) adalah hal yang paling sering dilakukan manajer. Dan seperti bidang studi ilmu lainnya yang menyangkut manusia, manajemen pun sulit didefinisikan secara universal. Bila kita mempelajari literatur manajemen, maka akan ditemukan bahwa istilah manajemen mengandung tiga pengertian. Yaitu *pertama*, manajemen adalah sebagai suatu proses. Manajemen dianggap sebagai sebuah proses karena semua manajer memerlukan cara yang sistematis untuk melakukan pekerjaan, dan melakukan kegiatan-kegiatan tertentu yang saling berkaitan. Proses tersebut terdiri dari kegiatan-kegiatan manajemen yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan.

Kedua, manajemen adalah kolektivitas orang-orang yang melakukan aktivitas manajemen. Jadi dengan kata lain segenap orang-

²³ Laurence A. Manullang, *Teori Manajemen Komprehensif Integralistik* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), h. 1

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

orang yang melakukan aktivitas manajemen dalam suatu badan tertentu disebut manajemen. Dalam arti *singular* (tunggal) disebut manejer. Manejer adalah pejabat yang bertanggung jawab atas terselenggaranya beragam aktivitas manajemen agar tujuan oraganisasi yang dipimpinnya tercapai melalui orang lain.

Ketiga, manajemen adalah seni atau suatu ilmu. Luther Gullick mendefinisikan manajemen sebagai suatu bidang ilmu pengetahuan (*science*) yang berusaha secara sistematis untuk memahami mengapa dan bagaimana manusia bekerja bersama untuk mencapai tujuan dan membuat kerjasama ini lebih bermanfaat bagi kemanusiaan.²⁴

Manajemen dalam bahasa Inggris dikenal dengan kata *manage* yang berarti mengurus, mengatur, melaksanakan, dan mengelola (John M. Echols & Hassan Shadily, 2003: 372). Sedangkan dalam *Kamus Umum Bahasa Indonesia* (W.J.S Poerwadarminta, 2007: 742) manajemen diartikan sebagai cara mengelola suatu perusahaan besar. Pengelolaan atau pengaturan dilaksanakan oleh seorang *manajer* (pengatur/pemimpin) berdasarkan urutan manajemen.

Definisi manajemen mengalami perkembangan dari masa ke masa tergantung kebutuhan organisasi, sehingga istilah manajemen yang dikemukakan oleh para ahli sangat beragam. Definisi manajemen yang diutarakan para ahli tidak ada yang dijadikan patokan dalam pelaksanaan manajerial, akan tetapi seorang manajer harus mampu melaksanakan

²⁴ Nurrahmi Hayani, *Pengantar Manajemen* (Pekanbaru: Benteng Media, 2014), h. 1

peranannya memilih konsep manajemen yang akan dijadikan landasan dalam organisasi yang dipimpinnya.

Definisi manajemen harus dapat menjawab rumusan 5W1H (*what, when, who, why, dan how*). Apa yang diatur? Siapa yang mengatur? Mengapa harus diatur? Dimana harus diatur? dan Bagaimana mengaturnya? Keenam pertanyaan tersebut harus dijawab dalam merumuskan teori manajemen.

Para ahli memandang manajemen dari sudut yang berbeda yaitu beberapa ahli memandang manajemen sebagai suatu ilmu seni, ahli lain memandang manajemen sebagai suatu proses dan sebagai profesi.

a. Manajemen Sebagai Ilmu dan Seni

Sebelum membahas manajemen sebagai ilmu dan seni, akan dibahas mengenai ilmu. Ilmu (*science*) merupakan suatu kumpulan pengetahuan yang telah diorganisasikan secara sistematis dan telah diuji kebenarannya melalui pengamatan atau percobaan dengan cermat dan teliti, sedangkan pengetahuan (*knowledge*) adalah keseluruhan fakta-fakta, nilai-nilai, asas-asas, dan keterangan-keterangan yang diperoleh melalui belajar, penelaahan, ilham, intuisi, dan pengalaman. Pengetahuan bisa disebut ilmu jika memenuhi syarat-syarat yaitu mempunyai objek pengenal, mempunyai metode, mempunyai sistematika, dan bersifat umum (*universal*) (Netti Siska Nurhayati, www.file.upi.edu). Objek yang dimaksud berupa materi (manusia dan alam), serta objek forma (titik pusat perhatian dari objek materi secara

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

husus yang dapat membedakan suatu ilmu dengan lainnya). Metode merupakan cara kerja atau alat dan prosedur untuk mengungkapkan suatu objek sehingga memperoleh pengetahuan yang benar. Sistematika berisi semua keterangan/fenomena dari objek yang materinya disusun urutannya secara teratur, harmonis, dan terpadu dalam satu kesatuan. Universal berisi konsep, teori, prinsip, serta tekniknya dapat dipakai dan diterapkan pada setiap organisasi kerja sama yang memerlukannya.

Manajemen merupakan disiplin ilmu yang bertugas mencari kebenaran dalam predikat dimensi teoritis dan metodologi yang harus diuji dan dibuktikan berdasarkan fakta/data secara objektif kebenarannya. Oleh karena itu manajemen sebagai ilmu penting untuk dikembangkan agar didapatkan kebenaran ilmu.

Seni merupakan pengetahuan untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Pengetahuan dalam seni timbul melalui percobaan, pengalaman, pengamatan, dan penerapan manajemen. Seni manajemen menuntut kreativitas yang berlandaskan pemahaman ilmu manajemen. Ilmu manajemen akan dapat dipelajari dan diaplikasikan dengan daya penyesuaian sebagai keahlian, kemahiran, dan keterampilan yang dapat dipakai dalam kehidupan manusia. Sebagai suatu seni, manajemen merupakan siasat dan usaha tata kerja sama untuk mencapai tujuan tertentu.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hikmat (2009: 11) menyatakan bahwa manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia secara efektif yang didukung oleh sumber-sumber lainnya dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan tertentu. M. Manullang (2012: 5) mengemukakan bahwa manajemen adalah seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan, dan pengawasan sumber daya untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan.

b. Manajemen Sebagai Proses

Millet dalam Tim Dosen Adpen UPI (2011) menyatakan manajemen sebagai proses pengawasan terhadap pekerjaan yang dilaksanakan oleh staf atau bawahan secara bersama-sama dengan kelompoknya untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Kerja sama tersebut sesuai dengan tugas dan bagiannya sehingga pekerjaan tidak akan tercampur.²⁵

Dalam ilmu manajemen dikenal beberapa sumber yang dikelola oleh perusahaan yang harus dimanfaatkan semaksimal mungkin bagi tercapainya tujuan yang dicanangkan perusahaan karena merupakan modal bagi pelayanan manajemen dalam upaya pencapaian tujuan yaitu: *man, money, methode, machine, market, material, information.*²⁶

²⁵ Badrudin, *Dasar-dasar Manajemen* (Bandung: Alfabeta, 2014), H. 1-3

²⁶ Irine Diana Sari Wijayanti, *Manajemen* (Jogjakarta: Mitra Cendikia, 2008), h. 2-3

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Fungsi Dasar Manajemen

Keberhasilan suatu pekerjaan atau kegiatan bisnis tergantung dari manajemennya. Pekerjaan itu akan berhasil apabila manajemennya baik dan teratur, dimana manajemen itu sendiri merupakan suatu perangkat dengan melakukan proses tertentu dalam fungsi yang terkait. Maksudnya adalah serangkaian tahap kegiatan mulai awal melakukan kegiatan atau pekerjaan sampai akhir tercapainya tujuan kegiatan atau pekerjaan. Pembagian fungsi manajemen menurut beberapa ahli manajemen, diantaranya yaitu:

Menurut *Dalton E.M.C Farland* (1974) dalam “*Management Principles*”, fungsi manajemen terbagi menjadi:

- a. Perencanaan (*Planning*)
- b. Pengorganisasian (*Organizing*)
- c. Pengawasan (*Controlling*)

Menurut *George R. Ferry* dalam *Principles of Management*, (terj. Dr. Winardi, SE, 2010), proses manajemen terbagi menjadi:

- a. Perencanaan (*Planning*)
- b. Pengorganisasian (*Organizing*)
- c. Pengawasan (*Controlling*)
- d. Pelaksanaan (*Activing*)

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut H. Koontz dan O'Donnel (1972) dalam *The Principles of Management*, proses dan fungsi manajemen terbagi menjadi:

- a. Perencanaan (*Planning*)
- b. Pengorganisasian (*Organizing*)
- c. Pengarahan (*Directing*)
- d. Pengawasan (*Controlling*)²⁷

B. Sumber Pendanaan

1. Pengertian Sumber Pendanaan

Pendanaan adalah masalah penting dalam memulai bisnis. Suatu gagasan bisnis tidak mungkin terwujud menjadi realitas tanpa ada pendanaan. Selanjutnya, keberhasilan dan kesinambungan bisnis juga dipengaruhi oleh masalah pendanaan ini. Karena pendanaan menimbulkan konsekuensi biaya dana, maka, pemilihan sumber dana yang tepat, baik dari segi jumlah, waktu, maupun biaya dana sangat mempengaruhi kelancaran dan keberhasilan suatu bisnis.

Pendanaan bisnis yang dimaksud adalah pemenuhan kebutuhan dana untuk pembangunan bisnis yang biasanya sudah dihitung dalam studi kelayakan. Pendanaan bisnis meliputi:

- a. Modal tetap (investasi kebutuhan barang modal)
- b. Modal kerja: modal untuk memulai operasi (*start up capital*) yang habis dalam satu siklus produksi.

²⁷ Sutarno, *Serba-serbi Manajemen Bisnis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), h. 26-27.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ketepatan perkiraan kebutuhan dana ini merupakan awal dari kelancaran bisnis. Bila perkiraan kebutuhan dana tidak sesuai dengan kenyataannya, maka pelaksanaan atau implementasi dari rencana bisnis tersebut akan mengalami kesulitan.

Istilah dana disini bisa diartikan dengan salah satu dari kedua pengertian berikut ini: kas ataupun *net working capital*. Kedua hal ini sangat penting bagi perusahaan untuk dapat beroperasi secara efektif. Kas diperlukan untuk membayar rekening, pembelian tunai, dan sebagainya, sedangkan net working capital dibutuhkan terutama dalam seasonal business untuk memberikan jaminan bagi rekening-rekening dan utang-utang yang segera akan jatuh tempo.

Menurut Nugroho (2010) yang dimaksud dengan sumber pendanaan adalah darimana sumber dana yang dapat digunakan untuk melakukan kegiatan investasi berasal. Sumber pendanaan ini digolongkan menjadi modal sendiri dan sumber dana pinjaman. Modal sendiri adalah sumber dana yang berasal dari pemilik usaha perusahaan. Sedangkan sumber dana pinjaman adalah sumber dana yang berasal dari luar kegiatan operasional perusahaan seperti hutang kepada kreditur.²⁸

Menurut Riyanto (2002: 209), sumber modal (pendanaan) dapat berasal dari internal perusahaan (pendanaan dari dalam perusahaan) dan eksternal perusahaan (pendanaan dari luar perusahaan). Pendanaan dari dalam perusahaan merupakan usaha pemenuhan kebutuhan modal dari

²⁸ Nugroho, A. A., 2010, Analisis Pengaruh Karakteristik Demografi dan Faktor Ekonomi Terhadap Pemilihan Sumber Pendanaan Usaha Angkutan Kota Salatiga, Skripsi Program S1 Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Satya Wacana (tidak dipublikasikan)

dalam perusahaan seperti akumulasi penyusutan dan laba ditahan. Besarnya akumulasi penyusutan setiap tahun tergantung pada metode penyusutan yang digunakan perusahaan, sedangkan besarnya laba ditahan atau cadangan dipengaruhi oleh laba yang diperoleh selama periode tertentu.

Pendanaan dari luar perusahaan merupakan usaha pemenuhan kebutuhan modal dari luar perusahaan seperti dana yang berasal dari para kreditur dan pemilik, peserta atau pengambil bagian dalam perusahaan. Modal yang berasal dari para kreditur merupakan utang bagi perusahaan dan disebut pendanaan dengan utang (*debt financing*), sedangkan dana yang berasal dari pemilik, peserta atau pengambil bagian dalam perusahaan adalah dana yang akan tetap ditanamkan dalam perusahaan dan disebut modal sendiri dimana modal ini berasal dari pemilik perusahaan yang disebut pendanaan sendiri (*equity financing*).

Klasifikasi sumber-sumber dan penggunaan dana

Pendanaan awal dari bisnis berskala kecil sering berpola menurut tipikal perencanaan pendanaan pribadi. Seorang calon wirausaha pertama kali akan menggunakan tabungan pribadi dan kemudian mencoba mendapatkan akses pada tabungan keluarga dan teman. Jika sumber ini tidak mencukupi, wirausaha akan mencari lebih banyak saluran resmi pendanaan, seperti bank dan investor dari pihak luar perusahaan.

Kebanyakan sumber pendanaan ekuitas adalah tabungan pribadi, teman-teman dan saudar, investor kecil, dalam komunitas, perusahaan

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

besar, para spekulan, dan penjualan saham di pasar saham umum (*go public*). Kebanyakan sumber pendanaan utang adalah investor perorangan, penyalur, pemberi pinjaman berdasar aktiva, bank komersial, program yang didukung pemerintah, dan lembaga keuangan masyarakat.

Sumber-sumber dana adalah pos-pos yang menaikkan jumlah uang kas sedangkan penggunaan dana adalah pos-pos yang menurunkan jumlah uang kas.

Sumber-sumber dana:

- a. Penurunan jumlah aktiva
- b. Peningkatan jumlah utang
- c. Keuntungan sesudah pajak
- d. Depresiasi dan beban-beban yang tidak memerlukan pengeluaran uang kas lainnya
- e. Penjualan saham-saham baru.

Penggunaan dana:

- a. Peningkatan jumlah aktiva
- b. Penurunan jumlah utang
- c. Kerugian atau Net Loss
- d. Pembayaran deviden dalam bentuk kas (cash devidend)
- e. Pembelian kembali saham-saham perusahaan²⁹

²⁹ Lukman Syamsuddin, *Manajemen Keuangan Perusahaan: Konsep Aplikasi dalam Perencanaan, Pengawasan, dan Pengambilan Keputusan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h. 133-135

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Pengelompokkan Sumber Pendanaan

Sumber dana dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok yaitu: sumber dana secara umum dan secara khusus atau spesifik:

a. Secara Umum

Secara umum sumber dana dapat dikelompokkan menjadi beberapa jenis, yaitu:

1) Sumber Dana dari Pemilik atau Pendiri (*Equity* atau Saham)

Equity adalah sumber dana yang berasal dari pendiri atau pemilik usaha. Sumber dana ini dikenal juga dengan istilah saham atau *share*. Biasanya sumber dana ini digunakan untuk memulai usaha.

2) Sumber Dana Pinjaman Bank

Sumber dana yang berasal dari pinjaman bank. Sumber ini dikenal juga dengan istilah utang atau *loan*, dan juga dikenal *financial leverage* atau *debt*. Biasanya sumber dana ini digunakan untuk pengembangan usaha. Sumber dana dari bank ini dapat berupa kredit investasi (jangka panjang), maupun kredit modal kerja (jangka pendek).

Bank menawarkan berbagai jenis pinjaman dan satu jenis pinjaman mungkin lebih masuk akal bagi Anda daripada pinjaman lainnya. Bank bukan satu-satunya sumber pinjaman jangka pendek. Misalnya, perusahaan bisa memperoleh pinjaman dari perusahaan pendanaan/pembiayaan, yang mengkhususkan diri

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

untuk memberi pinjaman kepada bisnis dan pribadi. Tidak seperti bank, perusahaan pendanaan mendapatkan dana melalui penjualan sekuritas dan bukan melalui simpanan. Perusahaan juga dapat mengumpulkan uang dengan menjual utang jangka pendeknya sendiri kepada investor secara langsung.³⁰

3) Sumber Dana dari Pasar Modal (*Capital Market*)

Sumber dana pasar modal adalah sumber dana yang berasal dari masyarakat atau *public*. Sumber dana ini dikenal juga dengan istilah dana publik. Biasanya sumber dana dari pasar modal ini digunakan untuk pengembangan usaha. Suatu perusahaan bisa memanfaatkan pasar modal sebagai sumber dananya melalui penjualan sekuritas atau efek, setelah memenuhi persyaratan tertentu, baik yang disyaratkan oleh Badan Pengawas Pasar Modal (Bapepam), maupun oleh pasar modal dimana perusahaan tersebut mendaftar (*listing*).

4) Sumber Dana Pasar Uang (*Money Market*)

Money Market adalah sumber dana yang berasal dari masyarakat atau publik. Sumber dana ini dikenal juga dengan istilah dana publik. Biasanya sumber dana dari pasar uang ini digunakan untuk memenuhi kebutuhan dana jangka pendek perusahaan. Suatu perusahaan memanfaatkan pasar uang (*money*

³⁰ Brealey, Myers, & Marcus, *Dasar-dasar Manajemen Keuangan Perusahaan* (Jakarta: Erlangga, 2008), h. 153

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

market) sebagai sumber dananya, melalui penjualan sekuritas jangka pendek.

5) Sumber Dana dari Modal Ventura (*Venture Capital*)

Modal ventura atau *venture capital* adalah sumber dana yang di tempat (investasi) pada suatu perusahaan untuk waktu yang terbatas. Untuk Indonesia penempatan, modal ventura ini maksimum 10 (sepuluh) tahun. Biasanya dalam bentuk saham biasa atau *common stock*, walaupun dapat diubah menjadi utang (*debt*).

6) Sumber Dana Lainnya

Sumber dana lainnya adalah sumber dana selain dari yang disebutkan di atas. Sumber dana lainnya dapat berasal dari program atau bantuan pemerintah seperti bantuan dana bergulir, kompensasi subsidi BBM, atau dana lainnya. Disamping itu, sumber dana lainnya juga dapat berasal dari kegiatan masyarakat, seperti arisan, koperasi, lumbung desa, majelis taklim, dan sebagainya. Sumber dana lainnya ini biasanya digunakan sebagai modal tambahan oleh usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk pengembangan usahanya.

b. Sumber Dana secara Spesifik

Secara spesifik atau khusus, sumber dana untuk berbisnis ini dapat dilihat dari beberapa segi, misalnya: dari segi asal dana, dilihat dari entitas perusahaan (internal-eksternal), waktu atau periode

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penggunaan dana (jangka pendek dan jangka panjang), beban atau *liabilities* yang ditanggung perusahaan karena penggunaan dana (modal sendiri atau utang), atau dari segi hukum yang terlihat pada akte pendirian perusahaan (modal pasar, ditempatkan, dan disetor).

Sumber Dana Dilihat dari Perusahaan sebagai suatu Entitas

Bila dilihat dari sisi perusahaan sebagai entitas sumber dana, dapat dikelompokkan menjadi sumber dana dari dalam (*internal-financing*) dan sumber dana dari luar, atau *external-financing*.

1) Sumber dana dari dalam (*internal-financing*)

Sumber dana dari dalam adalah sumber dana yang berasal dari hasil operasi perusahaan, yaitu:

- a) Laba ditahan (*retained earning*)
- b) Penyusutan (*depreciation*)

Sumber dana internal berupa laba ditahan kadangkala belum tersedia di perusahaan karena baru beroperasi, jadi belum ada *profit*. Bila demikian maka sumber internal hanya berasal dari penyusutan (depresiasi).

2) Sumber Dana dari Luar (*External-Financing*)

Sumber dana dari luar adalah sumber dana yang berasal dari bukan hasil operasi. Sumber dana ini dapat berupa pinjaman, maupun hasil penjualan saham (*Initial Public Offering*, IPO) di pasar modal.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3) Sumber Dana Jangka Pendek (*Short-Term-Financing*)

Short-term-financing adalah sumber dana jangka pendek atau dana yang harus dikembalikan ke asal (sumber)nya dalam waktu paling lama satu tahun. Sumber dana ini biasanya digunakan untuk membiayai modal kerja.

Berbagai sumber pendanaan jangka pendek; (1) akrual, (2) utang dagang (kredit dagang), (3) pinjaman bank, dan (4) surat berharga komersial.³¹

4) Sumber Dana Jangka Panjang (*Long Term Financing*)

Long term financing adalah sumber dana jangka panjang atau dana yang masa pengembaliannya relatif lama, yaitu melewati periode satu tahun. Sumber dana ini biasanya digunakan untuk membiayai modal tetap.

Beban atau *Liabilities* yang Ditanggung Perusahaan

Bila dilihat dari jenis beban yang ditanggung perusahaan, sumber dana dapat dikelompokkan menjadi modal sendiri, saham atau *equity*, dan modal pinjaman atau utang.

1) Modal sendiri (*equity*)

Modal sendiri adalah sumber dana yang berasal dari pemilik atau setoran modal dari pemilik atau pemegang saham (*equity, share*). Keberadaan sumber dana sendiri atau *equity* ini

³¹ Sri Dwi Ari Ambarwati, *Manajemen Keuangan Lanjut* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h.135

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diperusahaan adalah tetap. Perusahaan tidak wajib mengembalikannya (*no maturity date*).

Equity atau modal sendiri dapat berbentuk saham biasa (*common stock*), maupun saham istimewa (*preferred stock*).

Modal pinjaman atau utang (*debt*)

Utang adalah sumber dana yang berasal bukan dari pemilik, tetapi berasal dari pihak lain dalam bentuk pinjaman. Keberadaan sumber dana utang ini pada perusahaan relatif sementara karena perusahaan wajib mengembalikan beserta biayanya (bunga) setelah periode tertentu. Pinjaman atau utang dapat berasal dari berbagai sumber misalnya pinjaman (utang dari bank), utang berupa surat berharga (obligasi) ataupun utang dari pemilik.³²

Sumber-sumber pendanaan usaha yang lebih murah adalah melalui dana yang disediakan oleh kantor Kementerian Koperasi, yaitu dalam bentuk (1) KUR, (2) Lembaga Pengelola Dana Bergulir (LPDB), (3) Lembaga Modal Ventura Daerah, atau (4) melalui pinjaman kredit dari koperasi dengan syarat telah menjadi anggota koperasi primer tertentu. Disamping itu, penyaluran dana (5) Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) yang berasal

³² Henry Faizal Noor, *Ekonomi Manajerial* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2007), h. 344-351

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dari penyisihan sebagai keuntungan Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Bunga PKBL ini hanya berkisar 6 persen.³³

C. Manajemen Sumber Pendanaan dalam Ekonomi Islam.

Manajemen dalam suatu badan usaha, baik industri, niaga dan jasa, tidak terkecuali jasa perbankan, didorong oleh motif mendapatkan keuntungan (profit). Untuk itu mendapatkan keuntungan yang besar, manajemen haruslah diselenggarakan dengan efisien. Sikap ini harus dimiliki oleh setiap pengusaha dan manager dimanapun mereka berada, baik dalam organisasi bisnis, pelayanan publik, maupun organisasi sosial kemasyarakatan. Perbedaannya hanyalah pada falsafah hidup yang dianut oleh masing-masing pendiri atau manajer badan usaha tersebut. Demikian juga dalam dunia sekolah sepak bola, manajemen menjadi sangat penting sebab hal ini akan mempengaruhi kinerja lembaga sekolah sepak bola dan kepercayaan anggota yang tergabung di dalamnya.

Dalam pandangan ajaran Islam, segala sesuatu harus dilakukan secara rapi, benar dan teratur, proses-prosesnya harus diikuti dengan baik. Sesuatu tidak boleh dilakukan secara asal-asalan. Hal ini merupakan prinsip utama dalam ajaran islam. Sesuai dengan Hadis Nabi saw: “sesungguhnya Allah sangat mencintai orang yang jika melakukan pekerjaan, dilakukan secara itqān (tepat, terarah, jelas dan tuntas).” (HR. Thabrani). Melakukan pekerjaan dengan benar, rapi dan benar itulah pokok dari manajemen, dan merupakan

³³ Leonardus Saiman, *Kewirausahaan Teori, Praktik, dan Kasus-kasus* (Jakarta: Salemba Empat, 2009), h. 262.

suatu yang di syariatkan dalam ajaran Islam. Manajemen secara umum berarti suatu aktifitas khusus yang mencakup kepemimpinan. Pengarahan, pengembangan personal, perencanaan dan pengawasan terhadap pekerjaan-pekerjaan yang berkenaan dengan unsur-unsur pokok dalam suatu proyek, agar hasil-hasil yang ditargetkan dapat tercapai dengan cara efektif dan efisien. Dalam Islam, manajemen terdiri dari beberapa prinsip yang harus ada di dalamnya, yaitu prinsip keadilan, amanah dan tanggung jawab.

Dalam pengelolaan dana, diperlukan manajemen dana dengan tujuan yang sesuai dengan ajaran syariat Islam. Secara umum dapat digambarkan bahwa tujuan manajemen dana adalah:

1. Memperoleh profit yang optimal
2. Menyediakan aktiva cair dan kas yang memadai
3. Menyimpan cadangan
4. Mengelola kegiatan-kegiatan lembaga ekonomi dengan kebijakan yang pantas bagi seseorang yang bertindak sebagai pemelihara dana-dana orang lain.
5. Memenuhi kebutuhan masyarakat akan pembiayaan

Manajemen sumber pendanaan perusahaan biasanya dibagi dalam penggunaan jangka pendek dan jangka panjang. Penggunaan jangka pendek ditunjukkan sebagai aktiva lancar dan diwujudkan dalam bentuk kas, surat-surat berharga, piutang, dan persediaan. Adapun yang jangka panjang ditunjukkan dengan aktiva tetap dan diwujudkan sebagai aset tanah, bangunan, dan peralatan. Di samping anjuran untuk mencapai nilai

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

efektivitas dan efisiensi dalam pelaksanaan kedua fungsi tersebut, Islam sangat menekankan (mewajibkan) aspek kehalalannya.

“Kedua telapak kaki seorang anak Adam dihari kiamat masih belum beranjak sebelum ditanya kepadanya mengenai lima perkara: tentang umurnya, apa yang dilakukannya; tentang masa mudanya, apa yang dilakukannya; tentang hartanya, dari mana dia peroleh dan untuk apa dibelanjakan; dan tentang ilmunya, apa yang dia kerjakan dengan ilmunya itu.” (HR Ahmad)

“... dan janganlah kalian berbuat israf (menafkahkan harta di jalan kemaksiatan) karena Dia tidak menyukai orang-orang yang berbuat israf.” (Al-An’aam: 14)

Kata pendanaan (*finance*) dapat diartikan sebagai keuangan. Oleh sebab itu manajemen sumber pendanaan tidak terlepas dari manajemen keuangan. Dalam istilah manajemen keuangan, sumber pendanaan organisasi disebut pula dengan struktur modal atau struktur pendanaan.³⁴ Manajemen keuangan adalah manajemen terhadap fungsi-fungsi keuangan, di mana fungsi manajemen keuangan meliputi penghimpunan dan pendayagunaan dana. Karena itu, manajemen keuangan sering dipadankan dengan manajemen aliran dana (Husnan, 1994; Anoraga dan Soegiastuti, 1996).

Manajemen keuangan merupakan salah satu substansi manajemen sekolah sepak bola yang akan turut menentukan berjalannya kegiatan sekolah sepak bola di lapangan. Sebagaimana yang terjadi di substansi manajemen lembaga pada umumnya, kegiatan manajemen keuangan dilakukan melalui

³⁴ Indra Bastian, SE., M.B.A., Ph. D, *Akuntansi untuk LSM dan Partai Politik* , (Jakarta: Erlangga, 2007), 218

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengkoordinasian, pengawasan atau pengendalian. Beberapa kegiatan manajemen keuangan yaitu memperoleh dan menetapkan sumber-sumber pendanaan, pemanfaatan dana, pelaporan, pemeriksaan dan pertanggung jawaban.

Melalui kegiatan manajemen keuangan maka kebutuhan pendanaan kegiatan sekolah sepak bola dapat direncanakan, diupayakan pengadaannya, dibukukan secara transparan, dan digunakan untuk membiayai pelaksanaan program sekolah sepak bola secara efektif dan efisien. Untuk itu tujuan manajemen keuangan dalam lembaga sepak bolah adalah:

1. Meningkatkan efektivitas dan efisiensi penggunaan keuangan sekolah sepak bola
2. Meningkatkan akuntabilitas dan transparansi keuangan sekolah sepak bola.
3. Meminimalkan penyalahgunaan anggaran sekolah sepak bola.

Untuk mencapai tujuan tersebut, maka dibutuhkan kreativitas pimpinan sekolah sepak bola dalam menggali sumber-sumber dana, menempatkan bendaharawan yang menguasai dalam pembukuan dan pertanggung-jawaban keuangan serta memanfaatkannya secara benar sesuai peraturan yang berlaku.

D. Loyalitas

1. Pengertian Loyalitas

Menurut Swastha (2009), definisi loyalitas pelanggan adalah kesetiaan konsumen untuk terus menggunakan produk yang sama dari suatu perusahaan. Loyalitas menggambarkan perilaku yang diharapkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sehubungan dengan produk atau jasa. Loyalitas konsumen akan tinggi apabila suatu produk dinilai mampu memberi kepuasan tertinggi sehingga pelanggan enggan untuk beralih ke merek lain.

Menurut Tjiptono, loyalitas pelanggan dapat diartikan sebagai komitmen pelanggan terhadap suatu merek, *took*, atau pemasok, berdasarkan sikap yang positif dan tercermin dalam pembelian yang konsisten. Loyalitas adalah situasi dimana konsumen bersikap positif terhadap produk atau produsen (penyedia jasa) yang diikuti dengan pola pembelian ulang yang konsisten.

Loyalitas konsumen berarti bahwa konsumen bersedia untuk berbelanja di lokasi ritel. Dasar yang digunakan untuk mempertahankan keunggulan bersaing, juga membantu menarik perhatian dan mempertahankan para konsumen yang loyal. Mempunyai konsumen yang loyal adalah metode yang penting dalam mempertahankan keuntungan dari para pesaing. Loyalitas berarti bahwa para konsumen akan enggan untuk berlangganan di ritel-ritel pesaing. Contohnya, konsumen yang loyal akan terus berbelanja pada satu ritel tertentu meskipun ritel pesaing telah membuka tokonya di dekat lokasi perumahan dan memberi harga yang lebih rendah.

Beberapa cara dalam membangun loyalitas adalah dengan:

- a. Mengembangkan strategi-strategi yang jelas dan tepat,
- b. Menciptakan hubungan emosional dengan para konsumen melalui program loyalitas.³⁵

³⁵ Utami, Christina, Whidya. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*, Edisi 2. 2010. Salemba Empat: Jakarta. Hal. 91.

Survei global yang dilakukan *The Conference Board* di tahun 2002 menyimpulkan bahwa loyalitas dan retensi pelanggan merupakan tantangan manajemen terpenting yang dihadapi para eksekutif puncak di seluruh penjuru dunia. Selama ini loyalitas pelanggan kerap kali dikaitkan dengan perilaku pembelian ulang. Keduanya memang berhubungan, namun sesungguhnya berbeda. Dalam konteks merek, misalnya loyalitas mencerminkan komitmen psikologis terhadap merek tertentu, sedangkan perilaku pembelian ulang semata-mata menyangkut pembelian merek tertentu yang sama secara berulang kali (bisa dikarenakan memang hanya satu-satunya merek yang tersedia, merek termurah, dan sebagainya).

Pembelian ulang dapat merupakan hasil dominasi pasar oleh perusahaan yang berhasil membuat produknya menjadi satu-satunya alternatif yang tersedia. Konsekuensinya, pelanggan tidak memiliki peluang untuk memilih. Selain itu, pembelian ulang dapat pula merupakan hasil upaya promosi terus menerus dalam rangka memikat dan membujuk pelanggan untuk membeli kembali merek yang sama. Bila tidak ada dominasi pasar dan upaya promosi intensif tersebut, pelanggan sangat mungkin beralih merek. Sebaliknya, pelanggan yang loyal pada merek tertentu cenderung ‘terikat’ pada merek tersebut dan bakal membeli produk yang sama lagi sekalipun tersedia banyak alternatif lainnya.

Pada prinsipnya, konsep loyalitas pelanggan berlaku untuk merek, jasa, organisasi, (toko, pemasok, penyedia jasa, klub olahraga), kategori produk, dan aktivitas (misalnya, berenang dan bermain sepak bola).

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Secara garis besar, literatur loyalitas pelanggan didominasi dua aliran utama: aliran stokastik (behavioral) dan aliran deterministik (sikap). Dengan kata lain, loyalitas merek dapat ditinjau dari merek apa yang dibeli konsumen dan bagaimana perasaan atau sikap konsumen terhadap merek tertentu. Dalam perkembangan terakhir, muncul pula aliran integratif yang berusaha menggabungkan perspektif sikap dan behavioral.³⁶

Loyalitas memiliki tingkatan sebagaimana dapat dijabarkan dalam penjelasan berikut ini:

- a. Tingkat loyalitas yang paling dasar adalah pembeli tidak loyal atau sama sekali tidak tertarik pada merek apapun yang ditawarkan. Dengan demikian, merek memainkan peran yang kecil dalam keputusan pembelian. Pada umumnya, jenis konsumen seperti ini suka berpindah-pindah merek atau disebut tipe konsumen *switcher* atau *price buyer* (konsumen lebih mementingkan harga di dalam melakukan pembelian).
- b. Tingkat kedua adalah para pembeli merasa puas dengan produk yang digunakan, atau minimal tidak mengalami kekecewaan. Pada dasarnya, tidak terdapat dimensi ketidakpuasan yang cukup memadai untuk mendorong suatu perubahan, terutama apabila pergantian ke merek lain memerlukan suatu tambahan biaya. Para pembeli tipe ini dapat disebut pembeli berdasarkan kebiasaan (*habitual buyer*).

³⁶ Tjiptono, Fandy, dkk. *Pemasaran Strategik*. 2008. Andi: Yogyakarta. Hal. 76-77.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Tingkat ketiga berisi orang-orang yang puas, namun memikul biaya peralihan (*switching cost*), baik dalam waktu, uang, atau risiko sehubungan dengan upaya untuk melakukan pergantian ke merek lain. Kelompok ini biasanya disebut dengan konsumen loyal yang merasakan adanya suatu pengorbanan apabila melakukan penggantian ke merek lain. Pada pembeli tipe ini disebut *satisfied buyer*.
- d. Tingkat keempat adalah konsumen yang benar-benar menyukai merek tersebut. Pilihan konsumen terhadap suatu merek dilandasi pada suatu asosiasi, seperti simbol, rangkaian pengalaman dalam menggunakannya, atau kesan kualitas yang tinggi. Para pembeli pada tingkat ini disebut sahabat merek, karena terdapat perasaan emosional dalam menyukai merek.
- e. Tingkat teratas adalah para pelanggan yang setia. Para pelanggan mempunyai suatu kebanggaan dalam menemukan atau menjadi pengguna suatu merek. Merek tersebut sangat penting bagi pelanggan baik dari segi fungsinya maupun sebagai ekspresi mengenai siapa pelanggan sebenarnya (*committed buyers*).³⁷

2. Indikator Loyalitas Konsumen

Menurut Griffin (2002), pelanggan yang loyal adalah mereka yang sangat puas dengan produk atau jasa tertentu sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkannya kepada siapapun yang mereka kenal. Karakteristik pelanggan yang loyal antara lain:

³⁷Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2012), h. 58-59.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Melakukan pembelian secara teratur
- b. Membeli diluar lini produk atau jasa
- c. Menolak produk atau jasa dari perusahaan lain
- d. Kebal terhadap daya tarik pesaing
- e. Menarik pelanggan baru untuk perusahaan
- f. Kelemahan atau kekurangan akan diberitahukan kepada perusahaan³⁸

3. Faktor- Faktor Loyalitas Konsumen

Beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen menurut Dharmamesta (1999) adalah kualitas produk dan promosi. Konsumen yang memperoleh kepuasan atas produk yang dibelinya cenderung melakukan pembelian ulang produk yang sama. Salah satu faktor penting yang dapat membuat konsumen puas adalah kualitas. Ini dapat digunakan oleh pemasar untuk mengembangkan loyalitas merek dari konsumennya. Pemasar yang kurang atau tidak memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan akan menanggung risiko tidak loyalnya konsumen. Jika pemasar sangat memperhatikan kualitas, bahkan diperkuat dengan periklanan yang intensif, loyalitas konsumennya pada merek yang ditawarkan akan lebih mudah diperoleh. Kualitas dan periklanan itu menjadi faktor kunci untuk menciptakan loyalitas merek jangka panjang. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa konsumen akan menjadi loyal pada merek- merek berkualitas tinggi jika produk-produk itu ditawarkan dengan harga yang wajar.

³⁸ <http://eprints.unisbank.ac.id/191/1/artikel-27.pdf>

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kualitas produk adalah suatu nilai dari produk atau jasa, dimana nilai produk atau jasa sesuai dengan apa yang diharapkan atau melebihi apa yang diharapkan sehingga produk atau jasa tersebut dapat memenuhi kebutuhan pemakainya (Kotler dan Armstrong, 2000). Kualitas yang baik dari suatu produk akan menghasilkan kepuasan konsumen. Suatu produk dapat dikatakan berkualitas apabila produk tersebut dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan sesuai dengan yang diharapkan atau melebihi apa yang diinginkan konsumen. Menurut David (dalam Umar, 2000) untuk menentukan kualitas barang dapat melalui 8 dimensi yaitu : (a) *performance*; (b) *features*; (c) *reliability*; (d) *conformance*; (e) *durability*; (f) *service ability*; (g) *aesthetics*; dan (h) *fit and finish*.

Selain melalui kualitas dan diperkuat dengan periklanan, loyalitas merek juga dapat dikembangkan melalui promosi. Promosi merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan (Tjiptono, 2005). Beberapa jenis promosi yang sering disebut sebagai bauran promosi menurut Swastha (2009) adalah: (a) periklanan; (b) promosi penjualan; (c) *personal selling*; dan (d) *public relation*.³⁹ Secara lebih sederhana, Shimp (2000), menggolongkan tujuan iklan, yaitu : (a) *informing* (memberi informasi); (b) *persuasioning* (mempersuasi/ membujuk); (c) *reminding*

³⁹ Swastha, Basu. 2009. *Azas-azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.

(mengingat); (d) *adding value* (memberi nilai tambah) dan (e) *assisting* (mendampingi) upaya-upaya lain dari perusahaan.

Selain itu menurut Mardalis (2005) terdapat juga faktor-faktor lainnya yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, yaitu Kepuasan Pelanggan, Kualitas Jasa, dan Citra. Kepuasan pelanggan sebagai perasaan suka atau tidak seseorang terhadap suatu produk setelah ia membandingkan prestasi produk tersebut dengan harapannya. Kepuasan pelanggan sebagai tanggapan yang positif pada evaluasi terhadap pengalaman dalam menggunakan suatu produk atau jasa.

Salah satu faktor penting yang dapat membuat pelanggan puas adalah kualitas jasa. Pemasar dapat meningkatkan kualitas jasa untuk mengembangkan loyalitas pelanggannya. Produk yang memiliki kualitas rendah akan menanggung risiko pelanggan tidak setia. Jika kualitas diperhatikan dan diperkuat dengan periklanan, loyalitas pelanggan akan lebih mudah diperoleh bahkan dapat meningkatkan loyalitas konsumen.

Menurut Dharmamesta (1999), faktor harga juga berkaitan dengan faktor loyalitas konsumen. Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya (Swastha, 2009). Harga selain merupakan jalan masuknya uang ke perusahaan, juga berhubungan dengan kualitas produk atau jasa. Perusahaan harus mampu menciptakan strategi penentuan harga yang tidak hanya memberi keuntungan bagi perusahaan, namun juga memuaskan pelanggannya.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

E. Konsep Loyalitas Konsumen dalam Islam

Seorang pengusaha Muslim meskipun sudah melanglang buana ke seluruh penjuru bumi, dan sudah menguasai barat dan timur dengan usaha yang dijalannya, namun ia tetap bagian dari umat Islam juga. Ia tetap harus mengusung dalam hatinya loyalitas, kecintaan dan pembelaan terhadap umat ini. Ia tetap menjadi juru nasihat bagi umat Islam, tetap mencintai kebajikannya, tidak menyokong musuh umat atas umat itu. Sehingga dalam melakukan usahanya ia tidak akan bekerjasama dengan musuh-musuh Allah untuk melakukan segala sikapnya, ia selalu bertolak dari dasar keyakinan yang kokoh, yang lebih besar daripada uang dan lebih mengakar daripada gunung. Keyakinan itu mencanangkan dalam hatinya sikap *al-Wala'* (loyalitas) dan *al-Bara'* (sikap antipati). Akar keyakinan itu semakin diperdalam oleh puluhan nash yang diriwayatkan berkaitan dengan persoalan ini.

Al-Wala' menurut bahasa disebutkan dalam *lisan Al-Arab*, kata *al-wala'* itu sama dengan *al-muwallat*.⁴⁰ Sedangkan *Al-Maula* adalah kata yang bisa berarti: *Rabb*, *Al-Malik* (pemilik), *As-Sayyid* (tuan), *Al-Mun'im* (pemberi nikmat), *Al-Mu'tiq* (yang memerdekakan), *An-Nashir* (penolong), *Al-Muhib* (pecinta), *At-Tabi'* (yang mengikuti), *Al-Jarru* (tetangga/pelindung), putra paman, *Al-Halif* (sekutu), *Al-Aqid* (yang mengadakan perjanjian), *As-Shahru* (kerabat), *Al-Abdu* (budak laki-laki), dan *Al-Mun'am 'alaihi* (yang dikarunia

⁴⁰ Muhammad bin Sa'id Al-Qathani, *AL-WALA' WA AL-BARA' Konsep Loyalitas dan Permusuhan dalam Islam*, (Jakarta: Ummul Qura, 2013), h. 101.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

nikmat). Jika makna-makna ini direnungkan, maka semuanya berpijak pada *an-nushrah* dan *al-mahabbah* (pertolongan dan kecintaan).⁴¹

Berdasarkan semua penjelasan sebelumnya, seorang pengusaha Muslim tidak berhak mengadakan hubungan bisnis dengan pihak yang jelas-jelas memaklumkan perang terhadap Islam dan jelas-jelas pula menampakkan permusuhannya terhadap umat Islam.

Allah SWT berfirman,

لَا يَتَّخِذِ الْمُؤْمِنُونَ الْكَافِرِينَ أَوْلِيَاءَ مِنْ دُونِ الْمُؤْمِنِينَ ۗ وَمَنْ يَفْعَلْ ذَلِكَ فَلَيْسَ مِنَ اللَّهِ فِي شَيْءٍ إِلَّا أَنْ تَتَّقُوا مِنْهُمْ تُقَاةً ۗ وَيُحَذِّرُكُمُ اللَّهُ نَفْسَهُ ۗ وَإِلَى اللَّهِ الْمَصِيرُ

Artinya: “janganlah orang-orang Mukmin mengambil orang-orang kafir menjadi wali dengan meninggalkan orang-orang Mukmin. Barangsiapa berbuat demikian, niscaya lepaslah ia dari pertolongan Allah kecuali karena (siasat) memelihara diri dari sesuatu yang ditakuti dari mereka.” (Ali Imran: 28).

Allah SWT juga berfirman,

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَتَّخِذُوا عَدُوِّي وَعَدُوَّكُمْ أَوْلِيَاءَ تُلْقُونَ إِلَيْهِمْ بِالْمَوَدَّةِ وَقَدْ كَفَرُوا بِمَا جَاءَكُمْ مِنَ الْحَقِّ يُخْرِجُونَ الرَّسُولَ وَإِيَّاكُمْ أَنْ تُؤْمِنُوا بِاللَّهِ رَبِّكُمْ إِنْ كُنْتُمْ خَرَجْتُمْ جِهَادًا فِي سَبِيلِي وَابْتِغَاءَ مَرْضَاتِي ۚ تُسِرُّونَ إِلَيْهِمْ بِالْمَوَدَّةِ وَأَنَا أَعْلَمُ بِمَا أَخْفَيْتُمْ وَمَا أَعْلَنْتُمْ ۚ وَمَنْ يَفْعَلْهُ مِنْكُمْ فَقَدْ ضَلَّ سَوَاءَ السَّبِيلِ

Artinya: “hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu menjadikan musuhKu dan musuhmu sebagai teman-teman setia yang kamu

⁴¹ Lisanul ‘Arab, Ibnu Manzhur: III/985-986. Lihat pula: *Al-Qamus Al-Muhith*: IV/294, cet.

*sampaikan kepada mereka (berita-berita Muhammad), karena rasa kasih sayang; padahal sesungguhnya mereka telah ingkar kepada kebenaran yang datang kepadamu.” (Al-Mumtahanah:1).*⁴²

Adapun hak sesama Muslim sebagai berikut:⁴³

1. *Al-Mawaddah* (Kasih Sayang)

Hak ini harus diberikan kepada orang-orang yang beriman saja, tidak boleh diberikan kepada orang kafir, fasik dan tidak pula kepada ahli bid'ah sedikit pun. Diantara kasih sayang yang dimaksud adalah, hendaklah seorang Muslim mencintai saudara Muslimnya sebagaimana ia mencintai dirinya sendiri. Sebagaimana yang disabdakan Rasulullah saw, *“Tidaklah (sempurna) iman salah seorang di antara kalian sehingga ia mencintai untuk saudaranya apa yang ia cintai untuk dirinya sendiri.”*⁴⁴

2. *An-Nushrah* (Pertolongan)

Menolong adalah konsekuensi persaudaraan seiman atas seorang Muslim kepada Muslim lainnya, apapun warna kulitnya. Seorang Muslim harus menolong saudaranya dengan jiwa dan hartanya, serta melindungi kehormatannya. Oleh karena itu, terdapat ancaman kepada siapa saja yang meninggalkannya padahal ia mampu melaksanakannya.

Rasulullah saw bersabda, *“Tidaklah seorang menelantarkan seorang Muslim lainnya di suatu tempat yang kehormatannya dilanggar dan haknya dirampas, melainkan Allah akan menelantarkannya di suatu tempat*

⁴² Abdullah al-Mushlih dan Shalah ash-Shawi, *FIQIH EKONOMI ISLAM*, (Jakarta: Darul Haq, 2015), h. 21-22

⁴³ Muhammad bin Sa'id Al-Qathani, *AL-WALA' WA AL-BARA' Konsep Loyalitas dan Permusuhan dalam Islam*, (Jakarta: Ummul Qura, 2013), h. 302

⁴⁴ *Shahih Bukhari, Kitabul Iman, 1/57 (13) dan Shahih Muslim, Kitabul Iman, 1/67 (45).*

yang Allah menyukai untuk menolongnya. Dan tidaklah seorang menolong seorang Muslim lainnya di suatu tempat yang kehormatannya dilanggar dan haknya dirampas, kecuali Allah akan menolongnya di suatu tempat yang mana Allah suka menolongnya.”⁴⁵

Menurut Islam, produk konsumen adalah berdayaguna, materi yang dapat dikonsumsi yang bermanfaat yang bernilai guna yang menghasilkan perbaikan material, moral, dan spiritual bagi konsumen. Produk meliputi kualitas, keistimewaan, desain, gaya, keanekaragaman, bentuk, merek, kemasan, ukuran, pelayanan dan jaminan. Kualitas merupakan seberapa baik sebuah produk sesuai dengan kebutuhan spesifik dari konsumen. Pelayanan yang diberikan kepada konsumen sebaiknya pelayanan yang diharapkan oleh para konsumen.

Rasulullah SAW selalu memberikan pelayanan yang terbaik, meskipun kadangkala konsumennya berbuat kasar. Pelayanan yang dilakukan Rasulullah SAW lebih menekankan pada hubungan dengan konsumen, meliputi berpenampilan menawan, membangun relasi, mengutamakan keberkahan, memahami keinginan konsumen, mendapatkan kepercayaan, berkomunikasi, menciptakan keterlibatan dan menawarkan pilihan.⁴⁶

Konsumen akan loyal jika mendapatkan produk yang sesuai dengan yang diharapkan atau melebihi dari harapannya sehingga konsumen merasa

⁴⁵ Abu Daud, *Kitabul Adab*, V/197 (4884), dan *Al-Musnad*, IV/30. Al-Albani mengatakan, “*Hadits ini hasan*”, lihat *Shahih Jami’us Shaghir*, V/160 (5566).

⁴⁶ M. Suyanto, *Muhammad Business Strategy and Ethics*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2008), h. 266.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

puas dan akan melakukan pembelian ulang terhadap produk tersebut. Dengan begitu baik secara langsung maupun tidak langsung, konsumen akan bersikap untuk merekomendasikannya kepada orang lain. Sehingga tercipta kesan yang baik pada konsumen dan konsumen akan menjalin kerja sama yang baik dalam jangka panjang dan akan tercipta hubungan yang baik pula.

Al-Qur'an memberi petunjuk agar dalam bisnis tercipta hubungan yang harmonis, saling ridha, dan tidak ada unsur eksploitasi.

Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. An-Nisaa' [4]: 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: *“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 diantara kamu, dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”*

Ayat tersebut menjelaskan tentang bagaimana menjalin hubungan baik dalam melakukan perniagaan dengan suka sama suka dan penuh keridhaan antara pedagang dan konsumen. Konsumen akan lebih menyukai pengalaman berinteraksi dengan pedagang yang sopan dan ramah dalam menghadapi konsumen daripada yang angkuh. Kepuasan konsumen yang diperoleh dari pengalaman menyenangkan akan membuat konsumen loyal sehingga konsumen tidak berpindah ke tempat lain.

Dalam konsep yang diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW ialah apa yang disebut dengan *value driven* artinya menjaga, mempertahankan, menarik

nilai-nilai pelanggan. *Value driven* juga erat hubungannya dengan apa yang disebut *relationship marketing*, yaitu berusaha menjalin hubungan erat antara pedagang, produsen, dan para pelanggan. Pada permulaan barang dipasarkan, maka semua anggota masyarakat adalah calon pembeli potensial. Diantara sekian banyak calon pembeli ada yang mau membeli dan ada yang tidak jadi membeli, orang yang mau membeli ini merupakan pembeli pertama. Kemudian dia akan tertarik dan melakukan pembelian ulang, yang selanjutnya menjadi pelanggan tetap (pelanggan setia). Pelanggan tetap ini akan membantu mempromosikan dan menarik orang-orang atau mungkin teman, keluarganya untuk ikut mengkonsumsi atau ikut menjadi pelanggan. Hal tersebut dikenal dengan istilah *relationship marketing*. Dalam konteks sekarang ini disebut dengan *customer share marketing* berusaha membina konsumen potensial agar tetap setia dan terus menjadi pelanggan. Konsep ini memanfaatkan pelanggan sebagai mitra dagang yang saling menguntungkan.⁴⁷

Muhammad SAW pun senantiasa menunjukkan rasa tanggung jawab yang besar dan integritas yang tinggi dalam berbisnis.⁴⁸ Beliau melaksanakan prinsip manajemen bisnis modern yaitu kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*), pelayanan yang unggul (*service excellence*), efisiensi, transparansi, persaingan yang sehat dan kompetitif. Dalam menjalankan bisnis, Muhammad SAW selalu melaksanakan prinsip kejujuran. Ketika

⁴⁷ Buchari Alma, Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 306-307

⁴⁸ Afzalurrahman, *Muhammad Sebagai Seorang Pedagang*, (Jakarta: Yayasan Swarna Bhumi), h. 19.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sedang bebisnis , beliau selalu jujur dalam menjelaskan keunggulan dan kelemahan produk yang dijualnya.

Berikut ini beberapa ayat yang menjelaskan mengenai loyalitas.

QS. Fussilat: 30

إِنَّ الَّذِينَ قَالُوا رَبُّنَا اللَّهُ ثُمَّ اسْتَقَامُوا تَتَذَكَّرُ لَهُمُ الْمَلَائِكَةُ أَلَّا تَخَافُوا وَلَا تَحْزَنُوا وَأَبْشِرُوا بِالْجَنَّةِ الَّتِي كُنتُمْ تُوعَدُونَ

Artinya: *Sesungguhnya orang-orang yang mengatakan: "Tuhan kami ialah Allah" kemudian mereka meneguhkan pendirian mereka, maka malaikat akan turun kepada mereka dengan mengatakan: "Janganlah kamu takut dan janganlah merasa sedih; dan gembirakanlah mereka dengan jannah yang telah dijanjikan Allah kepadamu".*

QS. Al. Ahqaf: 13

إِنَّ الَّذِينَ قَالُوا رَبُّنَا اللَّهُ ثُمَّ اسْتَقَامُوا فَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ

Artinya: *Sesungguhnya orang-orang yang mengatakan: "Tuhan kami ialah Allah", kemudian mereka tetap istiqamah maka tidak ada kekhawatiran terhadap mereka dan mereka tiada (pula) berduka cita.*

Seperti ayat di atas bahwa orang-orang yang mengatakan Tuhannya Allah maka Allah akan melindungi mereka, sama seperti pelanggan yang telah loyal kepada suatu produk atau jasa maka pelanggan tersebut akan selalu dipertahankan dan dilayani oleh produsennya agar mereka akan terus loyal.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Di dalam Al-Baqarah: 38 juga dijelaskan.

قُلْنَا اهْبِطُوا مِنْهَا جَمِيعًا ۖ فَإِمَّا يَأْتِيَنَّكُمْ مِنِّي هُدًى فَمَنْ تَبِعَ هُدَايَ فَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ
وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ

Artinya: *Kami berfirman: "Turunlah kamu semuanya dari surga itu! Kemudian jika datang petunjuk-Ku kepadamu, maka barang siapa yang mengikuti petunjuk-Ku, niscaya tidak ada kekhawatiran atas mereka, dan tidak (pula) mereka bersedih hati".*

Loyalitas pelanggan tentunya tidak hanya menguntungkan satu pihak saja melainkan kedua belah pihakpun diuntungkan, pihak pelanggan diuntungkan karena kenyamanan, kemudahan dan segala faktor yang menunjang dari produk atau jasa tersebut. Begitu juga pihak produsen atau perusahaan, dengan kesetiaan pelanggan tersebut akan menambah *income* yang didapat demi keberlangsungan perusahaan atau organisasi.

QS. Ali Imran: 174

فَأَنْقَلَبُوا بِنِعْمَةٍ مِنَ اللَّهِ وَفَضْلٍ لَّمْ يَمْسَسْهُمْ سُوءٌ وَاتَّبَعُوا رِضْوَانَ اللَّهِ ۗ وَاللَّهُ ذُو
فَضْلٍ عَظِيمٍ

Artinya:” *Maka mereka kembali dengan nikmat dan karunia (yang besar) dari Allah, mereka tidak mendapat bencana apa-apa, mereka mengikuti keridhaan Allah. Dan Allah mempunyai karunia yang besar.*”

Ayat di atas telah menjelaskan betapa besar keuntungan yang didapatkan ketika kita berlaku loyal atau setia kepada sesuatu yang baik.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sesuatu yang diawali dengan baik maka akan mendapatkan hasil yang baik pula.

F. Konsep Sumber Pendanaan dalam Islam

Secara umum ilmu ekonomi didefinisikan sebagai ilmu pengetahuan yang mempelajari perilaku manusia sebagai hubungan antara tujuan dan sarana langka yang memiliki kegunaan-kegunaan alternatif. Ilmu ekonomi adalah studi yang mempelajari cara-cara manusia mencapai kesejahteraan dan mendistribusikannya. Kesejahteraan yang dimaksud adalah segala sesuatu yang memiliki nilai dan harga, mencakup barang-barang dan jasa yang diproduksi dan dijual oleh para pelaku bisnis.

Setidaknya dalam praktik, terdapat lima sistem ekonomi yang dikenal di dalam masyarakat, yakni Kapitalisme, Sosialisme, Fasisme, Komunisme, dan Ekonomi Islam. Keempat sistem ekonomi yang disebut awal dinamakan dengan sistem ekonomi konvensional, modern atau sekuler. Ilmu ekonomi Islam merupakan ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam. Sejauh mengenai masalah pokok kekurangan, hampir tidak terdapat perbedaan apapun antara ilmu ekonomi Islam dan ilmu ekonomi modern. Andai pun ada perbedaan itu terletak pada sifat dan volumenya (Mannan; 1993).

Ekonomi Syariah yang merupakan bagian dari sistem perekonomian Syariah, memiliki karakteristik dan nilai-nilai yang berkonsep kepada “*amar ma'ruf nahi mungkar*” yang berarti mengerjakan yang benar dan

meninggalkan yang dilarang. Ekonomi Syariah dapat dilihat dari 4 (empat) sudut pandang, yaitu: *Pertama*, Ekonomi Illahiyah (Ke-Tuhan-an); *Kedua*, Ekonomi Akhlaq; *Ketiga*, Ekonomi Kemanusiaan; dan *Keempat*, Ekonomi Keseimbangan.

Sudut pandang Ekonomi Syariah berdasarkan Ekonomi Keseimbangan adalah suatu pandangan Islam terhadap hak individu dan masyarakat diletakkan dalam neraca keseimbangan yang adil dan hati, perumpamaan dan kenyataan, iman dan kekuasaan. Ekonomi yang moderat menurut syariah Islam tidak menzalimi masyarakat, khususnya kaum lemah sebagaimana yang terjadi pada masyarakat kapitalis, dan juga tidak menzalimi hak individu sebagaimana yang dilakukan oleh kaum sosialis, tetapi Islam mengakui hak individu dan masyarakat.

Sistem Ekonomi Syariah mempunyai beberapa tujuan, yakni:

1. Kesejahteraan Ekonomi dalam kerangka norma moral Islam (dasar pemikiran QS. al-Baqarah: 2 & 168; al-Maidah: 87-88, Surat al-Jumu'ah: 10).

Al-Jumu'ah: 10.

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ
كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung”.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Membentuk masyarakat dengan tatanan sosial yang solid, berdasarkan keadilan dan persaudaraan yang universal (QS. al-Hujurat: 13, al-Maidah: 8, Asy-Syu'araa: 183).

QS. Al-Hujurat: 13.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِذَا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Artinya: “*Hai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling takwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal*”.

3. Mencapai distribusi pendapatan dan kekayaan yang adil dan merata (QS. al-An'am: 165, An-Nahl: 71, Az-Zukhruf: 32).

Al-An'am: 165.

وَهُوَ الَّذِي جَعَلَكُمْ خَلَائِفَ الْأَرْضِ وَرَفَعَ بَعْضَكُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِيُبْلِغَكُمْ فِي مَا آتَاكُمْ ۗ إِنَّ رَبَّكَ سَرِيعُ الْعِقَابِ وَإِنَّهُ لَغَفُورٌ رَحِيمٌ

Artinya: “*Dan Dialah yang menjadikan kamu penguasa-penguasa di bumi dan Dia meninggikan sebahagian kamu atas sebahagian (yang lain) beberapa derajat, untuk mengujimu tentang apa yang diberikan-Nya kepadamu. Sesungguhnya Tuhanmu amat cepat siksaan-Nya dan sesungguhnya Dia Maha Pengampun lagi Maha Penyayang*”.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Menciptakan kebebasan individu dalam konteks kesejahteraan sosial (QS. ar-Ra'd: 36, Luqman: 22).⁴⁹

QS. Ar-Ra'd

وَالَّذِينَ آتَيْنَاهُمُ الْكِتَابَ يَفْرَحُونَ بِمَا أُنزِلَ إِلَيْكَ ۖ وَمِنَ الْأَحْزَابِ مَنْ يُدْكِرُ
بِعَصَاهُ ۗ قُلْ إِذْمَا أَمَرْتُ أَنْ أَعْبُدَ اللَّهَ وَلَا أُشْرِكَ بِهِ ۗ إِلَيْهِ أَدْعُو وَإِلَيْهِ مَآبِ

Artinya: *“Dan orang-orang yang telah Kami berikan kitab kepada mereka bergembira dengan kitab yang diturunkan kepadamu, dan di antara golongan-golongan (Yahudi dan Nasrani) yang bersekutu, ada yang mengingkari sebahagiannya. Katakanlah "Sesungguhnya aku hanya diperintah untuk menyembah Allah dan tidak mempersekutukan sesuatupun dengan Dia. Hanya kepada-Nya aku seru (manusia) dan hanya kepada-Nya aku kembali”.*

Agama Islam sebagai agama yang sempurna (*kaffah*) telah memberikan ketentuan-ketentuan bagi umat manusia dalam melakukan aktivitasnya di dunia, termasuk dalam bidang perekonomian. Semua ketentuan diarahkan agar setiap individu dalam melakukan aktivitasnya dapat selaras dengan nilai-nilai yang terdapat dalam al-Qur'an dan al-Hadis. Dengan berpegang pada aturan-aturan Islam, manusia dapat mencapai tujuan

⁴⁹ Kwat Ismanto, *Manajemen Syariah Implementasi TQM dalam Lembaga Keuangan Syariah*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), h. 13-15.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang tidak semata-mata bersifat materi melainkan juga yang bersifat rohani, yang didasarkan pada *falah* (kesejahteraan).

Dalam Islam terdapat prinsip ekonomi Islam yang bertujuan untuk mengembangkan kebajikan masyarakat yang dinyatakan dalam konsep *falah* dan tercantum dalam al-Qur'an. Prinsip ini menghubungkan prinsip ekonomi dengan dengan nilai moral secara langsung. Prinsip-prinsip bisnis dalam Islam meliputi:

1. Prinsip Kesatuan (*Tauhid*)

Prinsip kesatuan atau *tauhid* adalah landasan utama dari setiap bentuk bangunan yang ada dalam syari'at Islam. Setiap aktivitas manusia harus didasarkan pada nilai-nilai *tauhid*. Dari konsep ini, Islam menawarkan keterpaduan, agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan ajaran. Berdasarkan pada prinsip *tauhid* ini, maka para pelaku keuangan syariah tidak melakukan bisnisnya, paling tidak pada tiga hal (Bekun, 1997: 20-23); *pertama*, melakukan tindakan diskriminasi terhadap pihak lain, misalnya para karyawan, pekerja, penjual, pembeli, mitra kerja yang didasarkan pada pertimbangan ras, warna kulit, jenis kelamin maupun agama (QS. al-Hujurat: 13). *Kedua*, terpaksa atau dipaksa melakukan praktik-praktik bisnis yang terlarang, karena hanya Allah-lah yang semestinya ditakuti dan dicintai. *Ketiga*, menimbun kekayaan atau serakah, karena pada hakikatnya kekayaan merupakan milik dan amanat Allah semata (QS. al-Kahfi: 46).

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Prinsip Kebolehan (*ibahah*)

Prinsip ini berkaitan dengan kehalalan sesuatu yang dijadikan objek dalam kegiatan ekonomi. Islam memiliki konsep yang jelas mengenai halal dan haram. Dengan prinsip kebolehan ini berarti konsep halal dan haram tidak saja pada barang yang dihasilkan dari sebuah hasil usaha, tetapi juga pada proses mendapatkannya. Prinsip ini juga menjadi faktor pembeda antara sistem ekonomi Islam dengan sistem ekonomi konvensional (kapitalis). Berkaitan dengan prinsip kebolehan ini, Hamyah Ya'qub (1984: 111) memberi pedoman, yang merupakan larangan dalam perdagangan Islam, yaitu: *pertama*, melingkupi barang atau dzat yang terlarang untuk diperdagangkan; *kedua*, melingkupi semua usaha atau objek dagang yang terlarang, dan *ketiga*, melingkupi cara-cara dagang atau jual beli yang terlarang.

3. Prinsip Keadilan (*al-'adl*)

Keadilan merupakan prinsip dasar dan utama yang harus ditegakkan dalam seluruh aspek kehidupan, termasuk kehidupan berekonomi. Keadilan adalah pondasi dasar perekonomian dalam Islam. Dalam al-Qur'an telah disebutkan dalam berbagai konteks. Selain kata adil, al-Qur'an juga menggunakan kata *qist* dan *wast*. Para ahli tafsir al-Qur'an juga ada yang menyepadankan kata adil dengan pengertian kata *mizan*. Inti dari semua istilah kata adil tersebut adalah 'sikap teguh yang berkeimbangan dan jujur (Majid, 1992: 511).

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Prinsip Kehendak Bebas (*al-Hurriyah*)

Kehendak bebas (*independen*) merupakan kontribusi Islam yang paling orisinal. Berdasarkan prinsip kehendak bebas ini, manusia mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian, termasuk menepati maupun mengingkarinya (Bekun: 24). Kehendak bebas dalam Islam berarti kebebasan yang dibatasi oleh keadilan. Sesungguhnya, kebebasan ekonomi yang disyariatkan Islam bukanlah kebebasan mutlak yang terlepas dari ikatan seperti yang diduga oleh kaum Syu'ab "*sesungguhnya kami berbuat dengan harta kami sesuka kami*" (QS. Hud: 87). Kebebasan dalam Islam adalah kebebasan yang terbatas, terkendali dan terikat dengan keadilan yang diwajibkan Allah.

5. Prinsip Pertanggungjawaban

Islam mengajarkan bahwa semua perbuatan manusia akan dimintai pertanggungjawabannya di akhirat. Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya, termasuk dalam hal ini adalah kegiatan bisnis (Naqvi, 1993).

6. Prinsip Kebenaran: Kebajikan dan Kejujuran

Kebenaran adalah nilai kebenaran yang dianjurkan dan tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Dalam konteks bisnis, kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku yang benar, yang meliputi, proses akad (transaksi), proses mencari atau memperoleh komoditas, proses pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan margin keuntungan (laba).

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7. Prinsip Kerelaan (*ar-ridha*)

Prinsip kerelaan ini menjelaskan bahwa segala bentuk kegiatan ekonomi harus dilaksanakan suka rela, tanpa ada unsur paksaan antara pihak-pihak yang terlibat dengan kegiatan tersebut. Kerelaan ini merupakan unsur penting bagi sahnya suatu kegiatan ekonomi yang dituangkan dalam perjanjian (kontrak) *ijab* dan *qabul*. Prinsip kerelaan dalam Islam merupakan dasar penerimaan dan perolehan objek transaksi yang jelas-jelas bersifat halal dan tidak bertentangan dengan ajaran agama (Musa, 1954: 52-53).

8. Prinsip Kemanfaatan

Penerapan prinsip kemanfaatan dalam kegiatan bisnis sangat berkaitan dengan objek transaksi bisnis. Objek tersebut tidak hanya berlabel halal tapi juga memberikan manfaat bagi konsumen. Hal ini berkaitan dengan penggunaan objek setelah adanya transaksi. Objek yang memenuhi kriteria halal apabila digunakan untuk hal-hal yang dapat menimbulkan kerusakan, maka hal ini pun dilarang.

9. Prinsip Haramnya Riba

Prinsip ini merupakan implementasi dari prinsip keadilan. Adanya pelarangan riba dalam aktivitas ekonomi, karena terdapatnya unsur *dhulm* (aniaya) di antara para pihak yang melakukan kegiatan tersebut, yang salah satunya adalah pihak yang didzalami. Hal ini dapat merusak tatanan perekonomian yang didasarkan pada ajaran Islam.⁵⁰

⁵⁰ Kwat Ismanto, *Manajemen Syari'ah Implementasi TQM dalam Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), hal. 25-36