

## BAB III

### TINJAUAN TEORITIS

#### A. Pengertian Etika

Pengertian etika secara etimologi berasal dari bahasa Yunani yaitu "ethos" dalam bentuk jamaknya yaitu (*taetha*) berarti "adat istiadat" atau "kebiasaan".<sup>1</sup> Atau etika juga dapat diartikan sebagai ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak).<sup>2</sup> Dalam pengertian ini biasanya etika sangat berkaitan erat dengan perkataan moral yang merupakan istilah dari bahasa latin, yaitu "Mos" dan dalam bentuk jamaknya "Mores", yang berarti juga adat kebiasaan atau cara hidup seseorang dengan melakukan perbuatan yang baik (kesusilaan), dan menghindari hal-hal tindakan yang buruk.<sup>3</sup>

Menurut Magnis Suseno, etika adalah:

"Sebuah ilmu dan bukan ajaran, yang menurutnya adalah etika dalam pengertian kedua. Sebagai ilmu yang terutama menitikberatkan refleksi kritis dan rasional, etika dalam kedua ini mempersoalkan apakah nilai dan norma moral tertentu harus dilaksanakan dalam situasi konkret tertentu yang dihadapi seseorang".<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Irham Fahmi, *Etika Bisnis (Teori, Kasus dan Solusi)*, (Bandung: Alfabeta 2013) h. 2

<sup>2</sup> Departemen Pendidikan dan kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, 2005

<sup>3</sup> Mulyadi Nitisusastro, *Kewirausahaan & Manajemen Usaha Kecil*, (Bandung: Alfabeta, 2009) h.272

<sup>4</sup> Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2011) h.6

Etika dapat dibedakan menjadi tiga macam yaitu:

- 1) Etika sebagai ilmu, yang merupakan kumpulan tentang kebijakan, tentang penilaian perbuatan seseorang.
- 2) Etika dalam arti perbuatan, yaitu perbuatan kebijakan. Misalnya, seseorang dikatakan etis apabila orang tersebut kebijakan.
- 3) Etika sebagai filsafat, yang mempelajari pandangan-pandangan, persoalan-persoalan yang berhubungan dengan masalah kesusilaan.<sup>5</sup>

**a. Dasar Hukum Etika**

Bahwa manusia mengerti akan apa yang baik dan apa yang buruk, bahwa ia dapat membedakan antara kedua pengertian kedua itu dan selanjutnya mengamalkannya. Jadi pengertian baik dan buruk merupakan pembawaan manusia dan ia telah ada secara *apriori* (Pendapat yang tidak perlu dibantah lagi). Pada diri manusia. Dan hal ini dijelaskan dalam Al Quran dengan dasar hukumnya:

Artinya : *Katakanlah: "tidak sama yang buruk dengan yang baik, meskipun banyaknya yang buruk itu menarik hatimu, Maka bertakwalah kepada Allah Hai orang-orang berakal, agar kamu mendapat keberuntungan."*

Pelayanan diartikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah.

---

<sup>5</sup><http://agustianto.Niriah.com/2008/04/11/etika-bisnis-dalam-islam>

Pelanggan atau nasabah yang membutuhkan pelayanan sesuai dengan keinginannya dibagi menjadi tiga tipe berikut ini:

1. Pelanggan/nasabah sangat perlu memperoleh bantuan seseorang (Customer service, pramuniaga atau kasir) untuk menentukan atau memperoleh informasi tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan produk.
2. Pelanggan/nasabah memerlukan bantuan hanya seperlunya saja, artinya nasabah datang kemudian mencari sendiri, memilih sendiri baru terakhir berhubungan dengan petugas pada saat membayar.
3. Pelanggan/nasabah tidak perlu meminta bantuan ke petugas jika tidak dalam keadaan darurat. Artinya, yang dihadapi nasabah dalam hal ini adalah mesin seperti mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Pelayanan ATM ini dilakukan melalui petunjuk yang ada di mesin untuk keperluan melakukan berbagai transaksi yang diinginkan.<sup>6</sup>

Sikap yang harus diperhatikan dalam melayani seluruh jenis nasabah antara lain:

1. Beri kesempatan nasabah berbicara lebih awal;
2. Dengarkan baik-baik pada saat nasabah bicara;
3. Jangan menyela pembicaraan;
4. Ajukan pertanyaan setelah nasabah selesai bicara;
5. Jangan marah dan jangan mudah tersinggung;
6. Jangan mendebat nasabah;

---

<sup>6</sup> Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2005) h. 26

7. Jaga sikap sopan, ramah dan selalu berlaku tenang;
8. Jangan menangani hal-hal yang bukan merupakan pekerjaannya;
9. Tunjukkan sikap perhatian dan sikap ingin membantu.<sup>7</sup>

#### **b. Pengertian Pelayanan**

Samparan (dalam LP.Sinambela) menyatakan bahwa pelayanan adalah suatu kegiatan untuk urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan. Sementara dalam kamus besar bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan sebagai hal, cara, atau hasil pekerjaan melayani. Sedangkan melayani adalah menyuguhkan dengan makanan dan minuman menyediakan keperluan orang, menerima dan menggunakannya.<sup>8</sup>

Moenir mengemukakan bahwa pelaksanaan pelayanan dapat diukur, oleh karena itu dapat ditetapkan standar baik dalam hal waktu yang diperlukan maupun hasilnya. Dengan adanya standar manajemen dapat merencanakan, melaksanakan, mengawasi dan mengevaluasi kegiatan pelayanan, agar hasil akhir memuaskan pada pihak-pihak yang mendapatkan pelayanan.<sup>9</sup>

Berdasarkan beberapa teori di atas, dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah suatu kegiatan atau proses yang berlangsung secara berkesinambungan atau terus menerus dalam interaksi antara seseorang dengan orang lain dan menyediakan kepuasan pelanggan.

---

<sup>7</sup>*Ibid* h. 74

<sup>8</sup>Sinambela, *Reformasi Pelayanan Publik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), h. 5

<sup>9</sup>Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006) h. 27

Dalam rangka menjaga dan meningkatkan kepercayaan pelanggan, setiap pengusaha perlu menjaga citra positif setiap produk dan perusahaan dimata pelanggannya atau masyarakat umum. Citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk, kualitas pelayanan, dan jaminan keamanan. Tanpa citra yang positif, kepercayaan yang sedang atau akan dibangun tidak akan efektif.

Menurut Kasmir bahwa untuk meningkatkan citra perusahaan, wirausahawan perlu meningkatkan sumber daya manusia (karyawan) yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan pelanggannya, karyawan yang diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan pelanggan kita sebut *customerservice* (CS) atau adajuga yang menyebut *service assistance* (SA).<sup>10</sup>

Berdasarkan pendapat di atas, dapat dijelaskan bahwa pelayanan sangat memegang peranan penting dalam membangun citra positif bagi sebuah perusahaan khususnya yang berkaitan dengan pelayanan jasa. Semakin baik pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka dapat memberikan kemajuan positif terhadap perusahaan itu sendiri.

Sebagaimana dikemukakan oleh Kotler bahwa ada enam pendekatan untuk meningkatkan pelayanan, yakni sebagai berikut :<sup>11</sup>

1. Mengharuskan pada penyedia layanan jasa bekerja lebih keras bukanlah merupakan pemecahan yang tepat, tetapi bekerja dengan keaslian yang

---

<sup>10</sup>Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Bumi Aksara. 2008), h. 275

<sup>11</sup>Philip Kotler, *Op.cit.*, h. 50

2. Tinggi, yang dapat dilakukan melalui prosedur, seleksi dan pelatihan yang baik.
3. Meningkatkan pelayanan dengan melepaskan beberapa mutu.
4. Mengindustrialisasikan pelayanan dengan menambah peralatan dan melakukan standarisasi produksi.
5. Menginkatkan pelayanan dengan meningkatkan suatu pemecahan produk.
6. Mendesain pelayanan yang lebih efektif.
7. Memberikan konsumen insentif dengan menukar pekerjaan yang bisa dilakuka oleh karyawan perusahaan untuk dikerjakan sendiri.

Untuk menarik langganan dan mempertahankan pelanggan lama, suatu perusahaan harus memberikan pelayanan yang baik dan teratur. Hal tersebut perlu dilakukan oleh suatu perusahaa, karena sikap pelanggan adlah dinamis jika ia menyukai barang atau jasa dari suatu perusahaan dan berhak menentukan pilihan yang cocok bagi mereka. Budaya pelayanan yang harus dikembangkan dalam sebuah organisasi harus meliputi dua tingkatan yaitu :<sup>12</sup>

- 1) Pelayanan yang harus diperhatikan

Kehandalan (*reability*), daya tanggap (*responsivenes*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*), Bukti Fisik (*Tangibles*)

- 2) Nilai-nilai dasar yang harus dimiliki setiap anggota

---

<sup>12</sup> Burhanuddin Abdullah, *Budaya Kerja Perbankan*, (Jakarta: LP3ES, 2006), cet. Ke-1, h. 148-151

- a. Nilai kejujuran (*Honesty*), hal ini tidak terbatas kebenaran dalam melakukan tugas, tetapi mencakup cara terbaik dalam melakukan bisnis.
- b. Nilai kegembiraan (*Happiness*), ini harus dimiliki oleh parapegawai dengan harapan kegembiraan yang dimiliki oleh para pegawai tersebut akan menimbulkan pelayanan yang memuaskan.
- c. Nilai kerjasama (*teamwork*) merupakan aktifitas yang bertujuan untuk membangun kekuatan-kekuatan atau sumber daya yang dimiliki oleh masing-masing anggota.
- d. Tanggapan atau hormat (*Respect*) rasa hormat dibutuhkan dalam interaksi diantara stock holder (konsumen, karyawan, pemasok, dan dengan mitra bisnis)
- e. Nilai kemauan (*Willingness*), disini menunjuk kepada kemauan dan kerelaan untuk melakukan tugas dan tanggung jawab dalam kerangka pemikiran untuk memuaskan konsumen.

**c. Dasar-Dasar Pelayanan**

Suatu pelayanan yang diberikan akan berkualitas jika setiap karyawan telah dibekali dasar-dasar pelayanan. Berikut ini akan dijelaskan dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dan dimengerti oleh setiap karyawan :

- 1) Berpakaian dan berpenampilan yang rapi dan bersih.

Di sini karyawan harus mengenakan usana yang sepadan dengan kombinasi yang menarik dan juga harus berpakaian necis tidak

kumal, terkesan pakaian yang digunakan benar-benar memikat konsumen. Gunakan pakaian seragam jika petugas telah diberikan pakaian seragam suatu waktu yang telah ditetapkan.

- 2) Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum.

Karyawan harus bersikap akrab seolah-olah sudah kenal lama . Dalam melayani nasabah karyawan haruslah murah senyum dengan raut muka yang menarik hati, serta tidak diuat-buat.

- 3) Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika sudah kenal. Pada saat nasabah atau pelanggan datang karyawan harus segera menyapa dan kalau sudah bertemu sebelumnya usahakan menyapa dengan menyebutkan namanya. Namun jika belum kenal dapat menyapa dengan sebutan Bapak/Ibu, apa yang dapat kami bantu.
- 4) Tenang, sopan serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan.

Usahakan pada saat melayani nasabah dalam keadaan tenang tidak terburu-buru, sopan santun dalam bersikap. Kemudian tunjukkan sikap menghormati tamu, tekun mendengarkan sekaligus berusaha memahami keinginan konsumen.

- 5) Jangan menyela atau memotong pembicaraan

Pada saat nasabah sedang berbicara usahakan jangan memotong atau menyela pembicaraan. Kemudian hindarkan kalimat yang bersifat teguran atau sindiran yang dapat menyinggung perasaan nasabah. Kalau terjadi sesuatu usahakan jangan berdebat.



#### **d. Kualitas Pelayanan**

Budaya adalah segala nilai, pemikiran, serta simbol yang mempengaruhi perilaku, sikap, kepercayaan serta kebiasaan seseorang dalam masyarakat.<sup>13</sup> Pencipta budaya adalah seorang pemimpin, setiap pemimpin mempunyai visi dan misi tertentu yang kemudian disebarkan kepada karyawan. Seorang pemimpin memberi contoh, kemudian diikuti oleh bawahannya. Akhirnya kebiasaan-kebiasaan itu akan menjadi budaya jika semua mempraktekannya baik itu pimpinan maupun bawahan.<sup>14</sup>

Pelayanan itu terbaik tidak terlepas dari faktor kepribadian seorang pemimpin sangat menentukan dalam menciptakan suasana yang lebih cair. Ia akan menciptakan pola kerja keras, tetapi dalam suasana yang cair, itulah suasana yang dibudidayakan pada saat ini. Hal seperti ini akan menciptakan seorang karyawan yang bekerja luar biasa, namun dengan suasana yang cair dan happy bukan dalam suasana yang menakutkan dan mencekam.<sup>15</sup> Jika perusahaan ingin selalu dianggap yang terbaik di mata pelanggannya, perusahaan harus memberikan pelayanan yang terbaik. Pelayanan yang baik ini harus dapat dipenuhi oleh perusahaan sehingga keinginan pelanggan dapat diberikan secara maksimal.

Kualitas pelayanan berhubungan erat dengan pelayanan yang sistematis dan komprehensif yang lebih dikenal dengan konsep pelayanan prima. LP Sinambela mengemukakan bahwa secara teoritis, tujuan dari

---

<sup>13</sup> Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Pratik*, (Jakarta: Gema Insani, 2003), cet.1, h. 59

<sup>14</sup> *Ibid*

<sup>15</sup> *Ibid*

pelayanan pada dasarnya adalah memuaskan masyarakat. Untuk mencapai kepuasan itu dituntut kualitas pelayanan prima yang tercermin dari :

1. *Transparansi*, yakni pelayanan yang bersifat terbuka, mudah dan dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan dan disediakan secara memadai serta mudah dimengerti.
2. *Akuntabilitas*, yakni pelayanan yang dapat dipertanggung jawabkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
3. *Kondisional*, yakni pelayanan yang sesuai dengan kondisi dan kemampuan pemberi dan penerima pelayanan dengan tetap berpegang dengan prinsip efisiensi dan efektifitas.
4. *Partisipatif*, yaitu pelayanan yang dapat mendorong peran serta masyarakat dalam menyelenggarakan pelayanan intern dengan memperhatikan aspirasi, kebutuhan dan harapan masyarakat.
5. Kesamaan hak, yaitu pelayanan yang tidak melakukan diskriminasi dilihat dari aspek apapun khususnya suku, ras, agama, golongan, status, sosial, dan lain-lain.
6. Keseimbangan hak dan kewajiban, yaitu pelayanan yang mempertimbangkan aspek keadilan antara pemberi dan penerima pelayanan.<sup>16</sup>

Selain peningkatan kualitas pelayanan melalui pelayanan prima, pelayanan yang berkualitas juga dapat dilakukan dengan konsep "layanan sepenuh hati". Layanan sepenuh hati ini bermaksud, sebuah layanan yang

---

<sup>16</sup> Sinambela, *Op. Cit*, h. 6

berasal dari diri sendiri yang mencerminkan emosi, watak, keyakinan, nilai, sudut pandang, dan perasaan.

Dalam melakukan bisnis perlu adanya rambu-rambu yang ditegakkan secara jelas dan mengikat semua pelaku bisnis seperti produsen, distributor dan konsumen. Semua ini dianjurkan agar nilai kemanusiaan bisa menjadi ltern yang berintegrasi dalam praktek ekonomi sehari-hari. Rambu itu adalah etika bisnis yang berisi aturan untuk dipatuhi oleh para pelaku bisnis agar tercipta keserasian dan ketentraman dalam menjelaskan perananmasing-masing.<sup>17</sup>

## **B. Pengertian Etika Pelayanan**

Etika pelayanan untuk berbagai kegiatan perlu ada ketentuan yang mengaturnya. Ketentuan ini dibuat agar semua komponen yang berhubungan dengan pelayanan dapat menunjang datu dama lainnya. Artinya apabila salah satu aspek diabaikan, pelayanan dari komponen lainnya menjadi tidak berguna. Misalnya pelanggan atau konsumen tersinggung dengan cara karyawan bertanya atau gerak gerik karyawan kurang jelas dari cara berbicara atau cara berpenampilan. Oleh karena itu, etika pelayanan ini harus dilakukan oleh semua komponen agar pelayanan yang diberikan benar-benarsempurna.

Adapun beberapa ketentuan yang diatur dalam etika secara umum sebagai berikut :<sup>18</sup>

1. Sikap dan prilaku
2. Penampilan

---

<sup>17</sup>Muhandis Natadiwirya, *Etika Bisnis Islam*, (Jakarta: Granada Press, 2007), h. 66

<sup>18</sup>Kasmir, *Op.cit*, h. 78-80

3. Cara berpakaian
4. Cara berbicara
5. Gerak-gerik
6. Cara bertanya.

### C. Etika Pelayanan Dalam Islam

Pelayanan menurut *ensiklopedia* islam adalah suatu keharusan yang pengoperasiannya sesuai dengan prinsip syariah agar suatu pelayanan disebuah perusahaan lebih terarah maka pihak perusahaan harus mempunyai pedoman dan prinsip-prinsip yang dituangkan dalam ajaran islam. Dimana islam menekankan keabsahan suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen dengan merasakan kepuasan secara maksimal.<sup>19</sup>

Dalam memberikan pelayanan terhadap konsumennya setiap karyawan harus berlaku ihsan, yang artinya karyawan harus bisa memberikan pelayanan yang baik, cepat, optimal dan tuntas kepada konsumennya, sehingga konsumen tersebut merasa senang dan bahagia dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan tersebut.

Sikap melayani adalah salah satu prinsip bisnis islam. Rasulullah mengatakan ”*saidul kaum khalimuhun* (pengurus atau pengusaha itu adalah pelayan bagi konsumennya).” Karena itu, sikap murah hati, ramah dan sikap melayani adalah istilah menjadi bagian dari kepribadian semua karyawan dalam bekerja.<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup> Muhammad, *Pengantar Akuntansi Syariah*, (Jakarta: PT: Gramedia Pustaka, 1999), cet. Ke-1, h.96

<sup>20</sup> *Ibid*, h. 591

Baik Al-Quran maupun hadist telah memberikan resep tertentu dalam masalah tatakrama dan merekomendasikan untuk kebaikan perilaku dalam masalah bisnis. Seorang pelaku bisnis muslim diharuskan untuk berperilaku dalam bisnis mereka sesuai yang dianjurkan Al-Quran dan Sunnah. Sopan santun adalah pondasi dasar dari inti kebaikan tingkah laku, dan ia jugamerupakan dasar dari jiwa melayani (revise) dalam bisnis. Sifat ini sangat dihargai dengan nilai yang tinggi, dan bahkan mencakup semua sisi hidup manusia.<sup>21</sup>

Orang yang beriman diperintahkan untuk bermurah hati, sopan, peduli untuk melayani orang lain, dan bersahabat dengan mitra bisnisnya. Rasulullah telah mengkategorikan bahwa orang yang beriman adalah orang yang senantiasa bersahabat dengan orang lain dan orang lain pun mudah bersahabat dengannya. Demikian dalam hadits riwayat Imam Muslim dari Abi Ya'la Rasulullah SAW bersabda:

ان الله كتبَ الا حسانَ على كُلِّ شَيْءٍ... رَوَاهُ مُسْلِمٌ

Artinya: Allah SWT mewajibkan kepada kita untuk berlaku ihsan dalam segala sesuatu...(HR. Muslim)<sup>22</sup>

Al-Quran telah memerintahkan dengan perintah yang sangat ekspresif agar kaum muslimin bersifat lembut dan sopan manakala dia berbicara dengan orang lain. Pada suatu ketika Rasulullah merasa sangat bangga dengan derma dalam bentuk harta, namun pada suatu saat yang lain beliau juga

---

<sup>21</sup> Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syariah (life and General)*, (Jakarta: Gema Insani, 2004), h. 747

<sup>22</sup> Yahya ib Sarifddin an-Nawawi, *Hadits arba'in* nomor 17

mengatakan, "*sebaik-baik derma adalah dermanya lidah*". Kita juga diperintahkan untuk berlaku adil dan ramah dalam semua bentuk pergaulan sebagaimana diperintahkan untuk menghindari segala tindakan sekiranya akan menyulitkan orang lain. Kedua hal terakhir yang dijelaskan dalam Al-Quran, merupakan bagian dari servis dalam dunia bisnis. Melayani dari kesulitan bahkan membebaskannya sama sekali. Itulah konsep servis (pelayanan) dalam muamalah isami.<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup> *Ibid*, h. 748