



TINJAUAN EKONOMI ISLAM TERHADAP PELAYANAN MANASIK, PROMOSI DAN GAYA KEPEMIMPINAN PADA TRAVEL UMRAH DI KABUPATEN TASIKMALAYA

Nurbaeti Affandie¹, Hasan Basri², Nailul Mubarak³

Program Studi Manajemen Haji dan Umrah, Universitas Islam KH. Ruhiat Cipasung Tasikmalaya
(nurbaetiaffandie@gmail.com, hasanbasri@unik-cipasung.ac.id,
nailulmubarak@gmail.com)

Abstract

This research is motivated by the large number of discussions from outside about the current management of KBIHU with the large number of sharia banks being established and the current very tight competition. So the author has an interest in how services, promotions exist at KBIHU, what practices and leadership styles are provided by a leader to employees. To be able to provide good service and promotions that are in accordance with Islamic Economics. The purpose of this research is to find out the services, promotions that occur at KBIHU and whether or not they are appropriate in reviewing Islamic economics. To obtain this research, the author used data collection techniques in the form of interviews, observation and documentation. This research approach uses a qualitative approach with a case study research method. For data analysis, data reduction, presentation and conclusions are used. The results of this research show that the service that occurs in transactions between employees and customers is able to provide good service in accordance with Islamic views. In practice at KBIHU there are Islamic values. The promotions given really create purity in banking and customers really believe that KBIHU is free from haram things and is pure in accordance with Islamic rules. As well as his leadership style which is carried out in terms of putting the subordinates he leads first, carrying out good mandates and not only in management, bank management or its concepts. However, here the leaders create KBIHU members who can behave well in accordance with Islamic values and prioritize the priority of worship. So that many KBIHU employees become better at worship because of the habit of doing it frequently.

Keywords: Service, Promotion, Leadership Style, Review of Islamic Economics.

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi karena banyaknya pembicaraan dari luar tentang pengelolaan layanan KBIHU saat ini dengan banyaknya dirikan travel perjalan umrah serta persaingan yang sangat ketat saat ini. Maka penulis memiliki ketertarikan terkait bagaimana pelayanan, promosi yang ada pada KBIHU, bagaimana praktik serta gaya kepemimpinan yang diberikan oleh seorang pemimpin kepada karyawan. Agar mampu memberikan pelayanan dan promosi yang baik dan sesuai dengan Ekonomi Islam. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pelayanan, promosi yang terjadi di KBIHU serta sesuai atau tidaknya dalam tinjauan ekonomi Islam. Untuk mendapatkan penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian studi kasus. Untuk analisis datanya menggunakan reduksi data, penyajian, dan kesimpulan. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan yang terjadi dalam bertransaksi antara pegawai kepada calon jamaah mampu memberikan pelayanan yang baik sesuai dengan tinjauan Islam. Dalam prakteknya di KBIHU ini adanya nilai-nilai Islam. Promosi yang diberikan benar-benar menciptakan kemurnian dalam perbankan dan calon jamaahpun sangat mempercayai bahwa KBIHU ini terbebas dari hal yang haram dan murni sesuai aturan Islam. Serta Gaya kepeimpinannya yang dilakukan dalam hal mendahulukan bawahan yang dipinpinnya, melaksanakan amanah yang baik dan tidak hanya dalam pengelolaan, manajemen bank ataupun konsepnya saja. Namun, disini pemimpin menciptakan anggota KBIHU bisa berperilaku baik sesuai nilai-nilai islam dan keutamaan dalam hal

ibadah yang sangat diutamakan. Sehingga banyak dari pegawai/karyawan KBIHU menjadi lebih baik dalam hal ibadah karena kebiasaan yang sering dilakukan.

Kata Kunci: *Pelayanan, Promosi, Gaya Kepemimpinan, Tinjauan Ekonomi Islam.*

Pendahuluan

Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri keuangan Syariah. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap halal matter serta dukungan stakeholder yang kuat merupakan faktor penting dalam pengembangan di Indonesia. Termasuk di dalamnya adalah Travel perjalanan umrah. Travel perjalanan umrah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi.

Indonesia kini punya travel perjalanan umrah terbesar. Namanya Travel perjalanan umrah Indonesia atau KBIHU. Sudah beroperasi sejak 1 Februari 2021. KBIHU adalah hasil merger atau penggabungan tiga travel perjalanan umrah Badan Usaha Milik Negara (BUMN), yakni PT Bank BRI Syariah Tbk (BRIS), PT Bank BNI Syariah (BNIS), dan PT Travel perjalanan umrah Mandiri (BSM). Dihitung-hitung, KBIHU memiliki aset sebesar Rp245,7 triliun. Sedangkan modal intinya Rp20,4 triliun. Dengan jumlah tersebut, travel perjalanan umrah ini akan langsung masuk top 10 bank terbesar di Indonesia dari sisi aset. Tepatnya di urutan ke-7. Selanjutnya di tahun 2025, targetnya menjadi pemain global. Target tembus 10 besar travel perjalanan umrah dunia dari sisi kapitalisasi pasar. Selain itu, KBIHU memiliki sekitar 1.200 kantor cabang serta lebih dari 1.700 ATM.

Maraknya perbankan syariah di tanah air tidak diimbangi dengan lembaga pendidikan yang memadai. Akibatnya, perbankan syariah di Indonesia hanya ada pada Islamisasi nama kelebagaannya. Dengan kata lain, belum Islamisasi para pelakunya secara individual dan secara materiil.

Metode Penelitian

Lokasi penelitian ini di KBIHU KCP singaparna Alamat di Jl. Raya Timur No. 74, Blok Cikiray, Kec. Singaparna, Kab. Tasikmalaya, Jawa Barat dilakukan di KBIHU KCP Singaparna, Tasikmalaya. Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif, dengan metode deskriptif analisis. Menurut Menurut Sugiyono metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur atau digambarkan melalui pendekatan kuantitatif. Metode penelitian deskriptif adalah metode yang dilakukan untuk mengetahui gambaran, keadaan, suatu hal dengan cara mendeskripsikannya sedetail mungkin berdasarkan fakta yang ada. Data kualitatif adalah data yang berupa kata-kata dan lebih identik dengan sifat atau karakteristik alih-alih variabel angka. Hal ini menyebabkan data ini tidak dapat diukur dan dihitung dengan pasti. Pendekatan terhadap data kualitatif adalah melalui pengamatan dan pencatatan. Teknik pengumpulan datanya adalah melalui observasi, wawancara, hingga *focus group*. Dalam bidang statistika, data ini terkadang disebut sebagai

data kategorik. Data kategorik berarti data yang dapat dikelompokkan berdasarkan atribut dan sifatnya. Data kuantitatif adalah informasi berupa sekumpulan angka yang dapat dihitung dan dibandingkan pada skala numerik. Ini mencakup rata-rata, jumlah total, perbedaan jumlah, dan lain-lain. Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh peneliti dari orang yang bersangkutan. Dikutip dari buku Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya oleh Iqbal Hasan, data primer didapatkan oleh peneliti secara langsung dengan cara wawancara, survei, eksperimen, dan sebagainya. Data sekunder adalah jenis data tambahan yang tidak diperoleh dari sumber utama, tetapi sudah melalui sumber kesekian. Artinya, orang-orang tersebut tidak merasakan secara langsung fenomena yang sedang diteliti, tetapi mendapatkan informasinya dari sumber-sumber primer lainnya. Wawancara adalah salah satu teknik yang sering digunakan untuk mengumpulkan informasi atau data dari seseorang atau kelompok orang. Wawancara dapat dilakukan secara lisan atau tertulis, dan dapat dilakukan oleh seorang atau sekelompok orang yang disebut *interviewer*.

Observasi adalah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengetahui atau menyelidiki tingkah laku non verbal. Dokumentasi adalah proses pengumpulan data yang diperoleh melalui dokumen berupa buku, catatan, arsip, surat, majalah surat kabar, jurnal, laporan penelitian, dan lain-lain.

Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara catatan lapangan, dan bahan lain sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis kualitatif yaitu upaya yang dilakukan dengan cara mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi suatu yang dikelolah, menyintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Teknik analisis data adalah suatu metode atau cara sebuah data menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut menjadi mudah untuk menemukan dan juga bermanfaat untuk menemukan solusi permasalahan, yang terutama adalah masalah sebuah penelitian. Adapun teknik analisis data dalam penelitian kualitatif secara umum dimulai dari: Dalam proses ini peneliti dapat melakukan pemilihan data yang hendak dikode mana yang dibuang mana yang diambil yang merupakan ringkasan, cerita, apa yang sedang berkembang. Penyajian data yaitu menyajikan sekumpulan

informasi yang tersusun dan memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data yang telah diperoleh dari lapangan terkait dengan seluruh permasalahan penelitian kemudian dipilih sesuai dengan yang dibutuhkan, lalu dikelompokkan kemudian diberikan batasan masalah. Menarik kesimpulan dan verifikasi. Menarik kesimpulan sesungguhnya adalah sebagian dari satu kegiatan yang utuh. Kesimpulan juga diverifikasi selama kegiatan berlangsung yang merupakan tinjauan ulang pada catatan lapangan yang ada.

Temuan dan Pembahasan

1. Praktek pelayanan, Promosi dan Gaya kepemimpinan di KBIHU KCP Singaparna

a. Pelayanan

Pelayanan pada perbankan syariah berpengaruh terhadap preferensi penggunaan produk tabungan KBIHU yang artinya jika semakin calon jamaah merasakan pelayanan yang cepat dan juga sigap dalam segala transaksi yang diberikan, tanggapan selain itu juga selalu merasakan kemudahan akses terhadap calon jamaah dan terus mendapatkan layanan yang totalitas maka calon jamaah akan selalu dengan setia untuk terus menggunakan produk KBIHU, sehingga dapat disimpulkan bahwa pelayanan perbankan syariah dapat memengaruhi preferensi penggunaan produk.

b. Promosi

Promosi merupakan media untuk mengenalkan, mengajak, mempersuasi, dan mempengaruhi konsumen untuk mempertimbangkan, membeli dan konsumsi produk yang ditawarkan oleh Perusahaan. Maka disini juga promosi dilakukan demi memudahkan Masyarakat yang akan menjadi atau bahkan yang belum mengetahui KBIHU bisa lebih luas lagi terkait informasi nanti yang diberikan. Promosi yang dilakukan KBIHU meliputi iklan, informasi lisan bahkan langsung dari nasabah yang merasakan kepuasan baik menabung ataupun bertransaksi di KBIHU. Promosi digunakan sebagai media komunikasi pemasaran yang menggambarkan brand voice untuk dijadikan alat membangun relasi dengan konsumen. \cite{Basri2023}

a. Gaya kepemimpinan

Santoso memberikan rambu-rambu tentang pemimpin ideal, yaitu pemimpin yang memiliki kemampuan:

1. Human Relationship, pemimpin mempunyai pengetahuan tentang hubungan manusia.
2. Communication Skill, mempunyai kecakapan untuk berkomunikasi kepada para bawahannya.
3. Teaching Skill, pemimpin mempunyai kecakapan untuk mengajarkan, menjelaskan dan mengembangkan bawahannya.
4. Social Skill, pemimpin mempunyai keahlian di bidang sosial, supaya terjamin kesetiaan dan kepercayaan bawahannya.
5. Technical Competent, pemimpin mempunyai kecakapan menganalisis, merencanakan, mengorganisasi, mendelegasikan wewenang mengambil keputusan dan mampu menyusun konsep.

2. Tinjauan Ekonomi Islam terhadap pelayanan pada KBIHU KCP Singaparna

Pelaksanaan (Actuating) yang mana dalam memberikan pelayanan kepada calon jamaah dengan kegiatan yang sudah menjadi tugas dari KBIHU ini sebagai salah satu lembaga yang menerima penyedia jasa. Dengan adanya fungsi pelaksanaan maka pelayanan-pelayanan yang membuat calon jamaah menjadi betah dan senang dalam melaksanakan transaksi di bank syari'ah indonesia dan pelayanan yang diberikan membuat calon jamaah menjadi puas. Pada dasarnya dalam ajaran Islam yang tertulis dalam al-Qur'an dan sunnah adalah banyak mengajarkan tentang kehidupan yang terarah. Perencanaan yang dilakukan sebelum melayani calon jamaah, bentuk pengorganisasian adalah perumusan pekerjaan, pelaksanaan pekerjaan karyawan dalam melayani calon jamaah, serta tugas dari pengawas yang menilai hasil dan proses pekerjaan teller dan customer service. Pelayanan yang diberikan oleh teller dan customer service, serta kriteria dan standar pelayanan yang ditetapkan pada KBIHU ini. Fungsi manajemen merupakan elemen-elemen dasar yang selalu ada dan berada dalam proses manusia yang menjadi patokan kegiatan untuk mencapai tujuan. Fungsi manajemen yang dimaksud disini terdiri dari fungsi perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), pelaksanaan (actuating), dan pengawasan (controlling) yang diterapkan.

Tinjauan Ekonomi Islam terhadap promosi pada KBIHU KCP Singaparna

Ekonomi Islam juga menerapkan promosi yang dilakukan untuk menawarkan, menginformasikan, menjual produk atau jasa di pasar. Karena dengan promosi masyarakat akan mengetahui keberadaan produk atau jasa. Prinsip yang digunakan oleh Nabi Muhammad SAW, adalah personal selling, iklan,

promosi penjualan dan humas. Namun caranya yang ditetapkan oleh Nabi Muhammad SAW berbeda dengan promosi yang dilakukan pada saat ini. Cara yang dilakukan Nabi Muhammad SAW tidak lepas dari nilai-nilai moralitas.

Promosi pada era nabi belum berkembang seperti sekarang ini, dimana seluruh produsen telah menggunakan alat yang serba modern, media internet, televisi, radio dan lain-lain. Dalam istilah manajemen sifat dari nabi dapat diterjemahkan sebagai supel, cerdas, deskripsi tugas, delegasi wewenang, kerja tim, cepat tanggap, koordinasi, kendali dan supervise. Bauran promosi merupakan kombinasi dari alat-alat promosi, yaitu periklanan, penjualan tatap muka (personal selling), promosi penjualan dan publisitas yang dirancang untuk menjual barang dan jasa. Menurut prinsip syariah, kegiatan pemasaran harus dilandasi semangat beribadah kepada Tuhan Sang Maha Pencipta, berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri. Promosi dalam ekonomi Islam yaitu:

a. Ekonomi Islam Tentang Media Iklan

Prinsip ekonomi Islam yang dipakai yaitu kebenaran dan kejujuran. Dalam ekonomi Islam mempromosikan suatu produk melalui iklan, kebenaran dan kejujuran adalah dasar nilai ekonomi Islam. Islam sangat melarang kebohongan dalam berbagai bentuk. Maka dari itu setiap pengelola harus berlaku jujur, benar dan lurus dalam melakukan promosi sesuai dengan iklan yang ditampilkan. Mau bagaimanapun promosi yang diberikan namun perlu adanya Kebebasan dalam kreasi penyampaiannya harus diimbangi dengan pertanggung jawaban manusia. Sebagaimana firman-Nya:

(سورة المدثر : ٣٨) كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ

“Setiap orang bertanggung jawab atas apa yang telah dilakukannya” (QS. Al-Muddatstsir[74];38)

b. Ekonomi Islam Tentang Promosi Penjualan Prinsip

Dimana dalam tinjauan ekonomi Islam terkait dengan promosi yang harus dilakukan adalah dengan adanya suka dan dengan adanya keterbukan, seuai dan adanya penyetujuan antara calon jamaah dengan pihak bank. Terdapat dalam Q.S. An-Nisa: 29 :

إِلَّا أَنْ تَكُونَ يَلِيَّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ
أَنْفُسِكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۚ بَجْرَةَ عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا
(سورة النساء : ٣٩)

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”(QS An Nisa [4]:29)

a) Menghindari berpromosi palsu

Yang bertujuan menarik perhatian minat masyarakat dengan bertransaksi di bank. Model promosi tersebut melanggar akhlaqul karimah. Islam sebagai agama yang menyeluruh, mengatur tata cara hidup manusia, setiap bagian tidak dapat dipisahkan dengan bagian yang lain. Demikian pula pada proses marketing, promosi harus berdasarkan etika Islam. Demikian pula pada proses marketing, promosi harus berdasarkan etika Islam. Allah SWT berfirman :

إِنَّ الَّذِينَ يَشْتَرُونَ بِعَهْدِ اللَّهِ وَأَيْمَانِهِمْ ثَمَنًا قَلِيلًا أُولَٰئِكَ لَا خَلَاقَ لَهُمْ
فِي الْآخِرَةِ وَلَا يَكَلِمُهُمُ اللَّهُ وَلَا يَنْظُرُ إِلَيْهِمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَلَا يُزَكِّيهِمْ
(سورة العمران : ٧٧) وَلَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ

“Sesungguhnya orang-orang yang menukar janji (nya dengan) Allah dan sumpah-sumpah mereka dengan harga yang sedikit, mereka itu tidak mendapat bahagian (pahala) di akhirat, dan Allah tidak akan berkata-kata dengan mereka dan tidak akan melihat kepada mereka pada hari kiamat dan tidak (pula) akan mensucikan mereka. Bagi mereka azab yang pedih.” (QS Ali Imran [3]: 77)

3. Tinjauan Ekonomi Islam terhadap gaya kepemimpinan pada KBIHU KCP Singapura

Terkait dengan hal tersebut, berikut akan diuraikan mengenai konsep al-Imamu khodimul ummah tersebut.

a. Hati yang Melayani Kepemimpinan yang melayani dimulai dari dalam diri sendiri. Kepemimpinan menuntut suatu transformasi dari dalam hati dan perubahan karakter. Kepemimpinan sejati dimulai dari dalam dan kemudian bergerak ke luar untuk melayani mereka yang di pimpinnya (al-Imamu Khodimul Ummah). Disinilah pentingnya karakter dan integritas seorang pemimpin untuk menjadi pemimpin sejati dan diterima oleh rakyat yang dipimpinnya. Betapa banyak kita saksikan para pemimpin yang mengaku wakil rakyat ataupun pejabat publik, justru tidak memiliki integritas sama sekali, karena apa yang diucapkan dan dijanjikan ketika kampanye dalam Pemilu tidak sama dengan yang dilakukan ketika sudah duduk nyaman di kursinya. Paling tidak menurut Ken

Blanchard dan kawan-kawan, ada sejumlah ciri dan nilai yang muncul dari seorang pemimpin yang memiliki hati yang melayani, yaitu:

- 1) Tujuan paling utama seorang pemimpin adalah melayani kepentingan mereka yang dipimpinnya. Orientasinya adalah bukan untuk kepentingan diri pribadi maupun golongannya, tetapi justru kepentingan publik yang dipimpinnya. Entah hal ini sebuah impian yang muluk atau memang sulit memiliki pemimpin seperti ini, yang jelas pemimpin yang mengutamakan kepentingan publik amat jarang ditemui di republik ini.
- 2) Seorang pemimpin sejati justru memiliki kerinduan untuk membangun dan mengembangkan mereka yang dipimpinnya, sehingga tumbuh banyak pemimpin dalam kelompoknya. Hal ini sejalan dengan buku yang ditulis oleh John Maxwell berjudul *Developing the Leaders Around You*.
- 3) Keberhasilan seorang pemimpin sangat tergantung dari kemampuannya untuk membangun orang-orang di sekitarnya, karena keberhasilan sebuah organisasi sangat tergantung pada potensi sumber daya manusia dalam organisasi tersebut. Jika sebuah organisasi atau masyarakat mempunyai banyak anggota dengan kualitas pemimpin, organisasi atau bangsa tersebut akan berkembang dan menjadi kuat. Pemimpin yang melayani memiliki kasih dan perhatian kepada mereka yang dipimpinnya. Kasih itu mewujudkan dalam bentuk kepedulian akan kebutuhan, kepentingan, impian dan harapan dari mereka yang dipimpinnya.
- 4) Ciri keempat seorang pemimpin yang memiliki hati yang melayani adalah akuntabilitas (*accountable*). Istilah akuntabilitas berarti penuh tanggung jawab.

Abu Bakar Assiddiq merupakan cermin pribadi sederhana, penuh sikap bijak. Umar bin Khttab merupakan representasi pribadi yang kuat dan pemberani. Usmant bin Affan adalah sosok konglomerat yang dermawan, sedangkan Ali bin Abi Thalib adalah sosok pemuda yang cerdas dan cekatan. Bahkan dikatakan, bahwa *nothing motivates change more powerfully than a clear vision*. Visi yang jelas dapat secara efektif mendorong terjadinya perubahan dalam organisasi. Seorang pemimpin adalah inspirator perubahan dan visioner, yaitu memiliki visi yang jelas kemana organisasinya akan menuju. Kepemimpinan adalah proses untuk membawa orang-orang atau organisasi yang dipimpinnya menuju suatu tujuan (*goal*) yang jelas. Tanpa visi,

kepemimpinan tidak ada artinya sama sekali. Visi inilah yang mendorong sebuah organisasi untuk senantiasa tumbuh dan belajar, serta berkembang dalam mempertahankan survivalnya sehingga bisa bertahan sampai beberapa generasi. Ada dua aspek mengenai visi, yaitu *visionary role* dan *implementation role*. Artinya seorang pemimpin tidak hanya dapat membangun atau menciptakan visi bagi organisasinya tetapi memiliki kemampuan untuk mengimplementasikan visi tersebut ke dalam suatu rangkaian tindakan atau kegiatan yang diperlukan untuk mencapai visi itu. Seorang pemimpin yang efektif adalah seorang yang sangat responsif. Artinya dia selalu tanggap terhadap setiap persoalan, kebutuhan, harapan dan impian dari mereka yang dipimpinnya. Selain itu, ia selalu aktif dan proaktif dalam mencari solusi dari setiap permasalahan ataupun tantangan yang dihadapi organisasinya. Seorang pemimpin yang efektif adalah seorang pelatih atau pendamping bagi orang-orang yang dipimpinnya (*performance coach*). Artinya dia memiliki kemampuan untuk menginspirasi, dan mendorong stafnya agar mampu menyusun perencanaan (termasuk rencana kegiatan, target, atau sasaran, rencana kebutuhan sumber daya, dan sebagainya), melakukan kegiatan sehari-hari (*monitoring dan pengendalian*), dan mengevaluasi kinerja dari anak buahnya.

- b. Pemimpin tidak hanya sekedar memuaskan mereka yang dipimpinnya, tetapi sungguh-sungguh memiliki kerinduan kepada Sang Khaliq. Artinya dia hidup dalam perilaku yang sejalan dengan ajaran Allah SWT. Dia memiliki misi untuk senantiasa memuliakan Allah SWT dalam setiap apa yang dipikirkan, dikatakan dan diperbuatnya. Pemimpin sejati fokus pada hal-hal spiritual dibandingkan dengan sekedar kesuksesan duniawi. Baginya kekayaan dan kemakmuran adalah untuk memberi dan beramal lebih banyak. Apapun yang dilakukan bukan untuk mendapat penghargaan, tetapi untuk melayani sesamanya, dan dia lebih mengutamakan hubungan atau relasi yang penuh kasih dan penghargaan, dibandingkan dengan status dan kekuasaan semata. Pemimpin sejati senantiasa mau belajar dan tumbuh dalam berbagai aspek, baik pengetahuan, kesehatan, keuangan, relasi, dan sebagainya. Setiap hari senantiasa menyelaraskan (*recalibrating*) dirinya terhadap komitmen untuk mengabdikan kepada Allah SWT. Melalui *solitude* (keheningan), *prayer* (doa), dan *scripture* (membaca Firman Allah SWT). Demikian kepemimpinan yang melayani menurut Ken

Blanchard yang sangat relevan dengan situasi krisis kepemimpinan yang dialami oleh bangsa Indonesia. Bahkan menurut Danah Zohar, penulis buku *Spiritual Intelligence: SQ the Ultimate Intelligence*, salah satu tolok ukur kecerdasan spiritual adalah kepemimpinan yang melayani (*servant leadership*). Bahkan dalam suatu penelitian yang dilakukan oleh Gay Hendrick dan Kate Luderman, menunjukkan bahwa pemimpin-pemimpin yang berhasil membawa perusahaannya ke puncak kesuksesan biasanya adalah pemimpin yang memiliki SQ yang tinggi. Mereka biasanya adalah orang-orang yang memiliki integritas, terbuka, mampu menerima kritik, rendah hati, mampu memahami orang lain dengan baik, terinspirasi oleh visi, mengenal dirinya sendiri dengan baik, memiliki spiritualitas yang tinggi, dan selalu mengupayakan yang terbaik bagi diri mereka sendiri maupun bagi orang lain.

Selain itu juga perlu adanya prinsip-prinsip seorang pemimpin diantaranya :

1. Prinsip Kesatuan (Tauhid)

Berperan menjauhkan manusia dari pandangan yang sempit dan picik, menanamkan rasa percaya diri dan mengerti harga diri, serta membentuk manusia menjadi jujur dan adil. Tauhid juga berfungsi untuk menghilangkan sifat murung dan putus asa dalam menghadapi rumitnya berbagai persoalan serta membentuk pendirian yang teguh, memiliki kesabaran, ketabahan, dan optimisme. Kepemimpinan dalam Islam berarti bagaimana ajaran Islam dapat memberikan corak dan arah kepada pimpinan itu, dan dengan kepemimpinannya mampu mengubah pandangan atau sikap mental yang selama ini hingga, menghambat dan menghadap pada sekelompok masyarakat maupun perorangan. kepemimpinan Islami adalah kepemimpinan yang selalu berpegang atau didasarkan kepada ketentuan atau ajaran-ajaran yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Hadist. Kepemimpinan Islami merupakan proses atau cara memengaruhi dari seorang pimpinan kepada subordinat atau bawahannya yang ditujukan untuk mencapai tujuan organisasi dimana cara memengaruhi tersebut didasarkan pada aturan-aturan yang terdapat dalam Al-Qur'an dan hadits. Empat syarat pemimpin yang Islami, yaitu :

a) Memiliki akidah yang benar (aqidah salimah). Seorang pemimpin harus mempunyai pegangan atau keyakinan yang kuat, keyakinan terhadap Allah sebagai Rabb-Nya serta beriman dan bertakwa kepada-Nya.

- b) Memiliki ilmu pengetahuan dan wawasan yang luas. Pemimpin yang kuat fisik dan luas pengetahuan diperlukan untuk menjadikan umat yang juga kuat. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengetahuan yang luas bagi pemimpin adalah perlu.
- c) Memiliki akhlak yang mulia (akhlaqul karimah). Pemimpin juga berfungsi sebagai pendidik umat, maka pada prinsipnya pemimpin wajib memiliki segala sifat yang berakhlak mulia dan sebaiknya perlu menjauhkan diri dari sifat-sifat yang tercela.
- d) Seorang pemimpin harus memiliki kecakapan manajerial, memahami ilmu-ilmu administrasi, mengatur semua kegiatan karyawannya serta mengatur urusan-urusan duniawi yang lainnya.

1. Prinsip tanggung jawab dan kebersamaan

Tanggung jawab dapat dibedakan menurut keadaan manusia atau hubungan yang dibuatnya. Atas dasar ini, lalu dikenal beberapa jenis tanggung jawab diantaranya Tanggung Jawab Terhadap Allah SWT, Tanggung Jawab Terhadap Diri Sendiri, Tanggung Jawab kepada Keluarga, Tanggung Jawab terhadap Masyarakat, Tanggung Jawab Terhadap Bangsa dan Negara. Pemimpin harus memiliki rasa tanggung jawab terhadap bawahannya ataupun terhadap orang yang dipimpinya. Rasa tanggung jawab itu sendiri harus ada dan melekat pada diri oleh semua pemimpin. Selain itu juga pemimpin harus memiliki sikap tanggung jawab terhadap sesama manusia untuk saling mengingatkan dalam kebaikan dan keselamatan. Dimana pemimpin itu harus bisa menjadi pemimpin yang baik. Karena jika di akhirat kelak setiap manusia akan dimintai pertanggung jawaban atas perbuatan mereka selama di dunia. Jika pemimpin tidak memiliki rasa tanggung jawab dan bersikap menyeleweng dari yang seharusnya, maka kelak di akhirat ketika dia ditanya dan mempertanggungjawabkan semua perbuatannya pemimpin tersebut akan masuk kedalam neraka. Namun jika pemimpin itu memiliki rasa jujur dan dapat dipercaya niscaya tidak akan dimasukkan kedalam neraka.

2. Prinsip Kesimbangan (Keadilan)

Dalam mengemban amanah dan menjalankan pemerintahan, pemimpin yang mendapat kepercayaan rakyat harus mengedepankan prinsip keadilan. Sebab, berbuat adil adalah pangkal segala keutamaan. Dengan keadilan, keberlangsungan perusahaan bisa terjaga dengan baik. Bahkan, keadilan digunakan sebagai barometer untuk mengukur sejauh mana rezim yang berkuasa bisa memperoleh dukungan dan simpati dari pegawai juga mampu menggapai ridha dari Sang Khalik. Karena itu, menurut at-Tabrizi, secara lugas Allah memerintahkan agar

keadilan dijadikan landasan utama untuk menetapkan hukum di antara manusia. Sebab, di sanalah letak keberhasilan seorang pemimpin untuk menyampaikan dan melaksanakan amanah yang diberikan. Menurutnya, keadilan merupakan asas bagi tegak atau runtuhnya sebuah negara dan pemerintahan.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti tentang Tinjauan Ekonomi Islam terhadap Pelayanan, Promosi dan gaya kepemimpinan pada travel perjalan umrah (Studi Kasus pada KBIHU KCP Singaparna) dapat di simpulkan praktek pelayanan, promosi dan gaya kepemimpinan yang dilakukan di KBIHU KCP Singaparna ini sudah sesuai dengan tinjauan ekonomi islam baik dalam bank nya maupun SDM nya pun sudah sesuai dengan syariat islam. Tinjauan ekonomi islam terkait pelayanan yang dilakukan di KBIHU benar-benar sesuai dengan pemaparan yang telah dilakukan saat wawancara dan saat observasi yang saya lakukan langsung sesuai dengan tinjauan ekonomi Islam. Salah satu bentuk nyata yang saya lihat saat melakukan observasi terciptanya budaya yang sudah diterapkan KBIHU berupa Amanah yaitu memegang kepercayaan yang telah diberikan kepada Calon jamaah tanpa mengurangi perkara yang telah dilakukan dalam perjanjian awal. Bahkan proses yang dilakukan ditemani langsung sampai proses selesai.

Tinjauan ekonomi islam terkait Gaya kepemimpinan yang diberikan sangat sesuai dengan nilai-nilai Islam setelah ditinjau dalam Ekonomi Islam. Pemimpin disini benar-benar melayani kepentingan mereka yang dipimpinya.. Dalam hal ibadah dan nilai-nilai Islam disini dilakukan dengan spontan dan ada sifat saling mengingatkan agar bukan hanya dalam penglihatan luas tentang banknya saja tetapi sdm nya saja dalam prakteknya benar dilakukan. Dalam kegiatannya perbankan Islam tidak boleh menyimpang dari landasan dan prinsip-prinsip Islam itu sendiri, karena timbulnya perbankan Islam adalah untuk menyempurnakan dari sistem sosialis dan konvensional.

Referensi

Juhaya S, Pradja. (2012). *Ekonomi Syariah*. Bandung, Pustaka Setia.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 102

Cermati.com. (2022). *Sejarah dan Perkembangan Travel perjalan umrah di Indonesia*. (Online). Tersedia: <https://www.cermati.com/artikel/Sejarah-dan-Perkembangan-Bank-Syariah-di-Indonesia> - Cermati.com (diunduh 30 September 2022).

Azhar, Ega, Ali. (2020) https://www.researchgate.net/publication/349608902_Manajemen_Pelayanan_Per

spektif Al quran Dan Hadits. *Managemen Pelayanan Perpekstif Al Quran Dan Hadist*. Uin Sunan Gunung Djati, Bandung.

Lihin. (2014). *Memahami Sumber Data dalam Penelitian*. *Memahami Sumber Data dalam Penelitian*, (online). Tersedia: <https://lihin.net> (diunduh.2014)

Gamal tabroni, *metode penelitian deskriptif ; Pengertian, Langkah dan macam*, 2022, (Metode Penelitian Deskriptif: Pengertian, Langkah & Macam - serupa.id)

Khasanah, Uswatun, "Manajemen Pelayanan Calon jamaah KBIHU Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung", *Jurnal Edukasi*, Vol. 2, 2022, h.15.

Raden, intan, "Landasan teori", *Jurnal Edukasi*, Vol.2, h.12.

Apriwati, Sholihat. (2017). *Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Krema Koffie*. *JOM FISIP*, Volume 5, Nomor 1

Tri, Astuti. (2013). *Persepsi Calon jamaah tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Calon jamaah (Studi Kasus BRI Cabang Sleman)*. Skripsi, tidak diterbitkan. Yogyakarta, Universitas Negeri Yogyakarta.

Indah Mulfi, Puspita. (2012) *Pengaruh Pengetahuan, Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Calon jamaah Menabung Di KBIHU Kota Palopo*. Skripsi, Tidak Diterbitkan. Palopo, IAIN Palopo.

PUSPITA SARI, Sarwinda. (2012) *Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Menabung Masyarakat Kecamatan Sungai Lilin Pada Bank KBIHU Kcp Sungai Lilin*. Skripsi, Tidak Diterbitkan. Jambi, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin.

Wibowo, Arif. (2014). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Umumbus Trans Jogja Terhadap Kepuasan Konsumen*. Skripsi, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi; Universitas Negeri Yogyakarta.

Harseno Wijanarko, Yolanda Dan Darmanitya. (2018). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Merek Aqua Serta Implikasinya Terhadap Citra Merek Di*

Fakultas Ekonomi Universitas Borobudur. Skripsi, Fakultas ekonomi syariah. Universitas Borobudur.

Nurjaya (2012). *Gaya Kepemimpinan Dan Motivasi, Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pegawai. Skripsi, Ekonomi Bisnis Dan Islam, Uin Parepare.*

Setiawan, Faris. (2020). *Analisis Gaya Kepemimpinan Atasan Dalam Memotivasi Karyawan Kaum Milenial (Studi Pada Pt. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Kantor Cabang Utama R.A. Kartini Dan Kantor Cabang Pembantu Petrokimia Gresik) , skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis; Universitas Brawijaya.*

Raditya, Boby Dan Fitriasia Septiarini, Dina. (2019). *Pengaruh Travel perjalanan umrah Yang Dikelola Berdasarkan Prinsip Syariah Serta Fitur Dan Fasilitas Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Surabaya. kripsi, Ekonomi Syariah-Fakultas Ekonomi Dan Bisnis; Universitas Airlangga*

Werdi Apriyanti, Hani. (2018). *Model Inovasi Produk Perbankan Syariah di Indonesia. Jurnal Ekonomi Islam; Universitas Islam Sultan Agung Semarang.*

Angki Aulia Muhammad, “*Kesedaran Hukum Masyarakat Kampung Mahmud Untuk Memiliki Sertifikat Atas Hak Ulayat*”. Skripsi, Vol.3 2013, h. 93.

Sentral library of state of Islamis institute parepare, ” *metode penelitian*”, *Skripsi, vol.5, h.46.*

Sentral library of state of Islamis institute parepare, ” *metode penelitian*”, *jurnal Edukasi, vol.3, h.44.*

kesadaran dan minat santri untuk melaksanakan ibadah umrah melalui website dan media sosial: studi kasus santri pondok pesantren nurul wafa kecamatan sukarama, kabupaten tasikmalaya. (2023). *ARMUZNA : Jurnal Manajemen Haji Dan Umrah (MHU), 1(1), 1-8.* <https://ejournal.fs-unikcps.com/index.php/armuzna/article/view/31>

\cite{Basri2023}

Basri, H. (s), & Fazan Aprlilian, Y. (s). (2023). 01+Jurnal+MHU+-Kesadaran+dan+Minat-+Hasan+Basri1,+Yuda+Fazan+Aprlilian2,+Ann isa+Nur+Aeni+3 (1). *KESADARAN DAN MINAT SANTRI UNTUK MELAKSANAKAN IBADAH UMRAH MELALUI WEBSITE DAN MEDIA SOSIAL, 1(1), 1–8.* <https://ejournal.fs-unikcps.com/index.php/armuzna/article/view/31>