

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1. Penelitian Terdahulu

##### 2.1.1. Sri Wahyuni, 2010

“Pengaruh persepsi Konsumen pada implementasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Brand Loyalty produk Indosat (studi pada mahasiswa UIN MALIKI Malang angkatan 2008/2009) “.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah persepsi konsumen akan mempengaruhi brand loyalty karena adanya implementasi CSR yang di lakukan PT. Indosat tbk.

Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode penelitian regresi linier berganda pada tahun 2010. Sampel penelitian diambil menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel sasaran adalah mahasiswa angkatan 2008/2009. Sampel berjumlah 100 orang.

Hasil penelitian menunjukkan variabel pelaku (X1) persepsi tidak memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap variabel brand loyalty. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa berdasarkan hasil uji hipotesis didapatkan pelaku persepsi mempunyai nilai signifikan  $0,315 > 0,05$ . Yang berarti selain dari faktor pelaku persepsi masih ada faktor lain yang menjadi ukuran untuk melihat pengaruh persepsi konsumen pada Implementasi CSR terhadap brand loyalty.

variabel target (X2) tidak memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap variabel brand loyalty. berdasarkan hasil uji hipotesis didapatkan target mempunyai nilai signifikan  $0,500 > 0,05$ . Yang berarti selain dari faktor target masih ada faktor lain yang menjadi ukuran untuk melihat pengaruh persepsi konsumen pada Implementasi CSR terhadap brand loyalty.

variabel situasi memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap variabel brand loyalty, berdasarkan hasil uji hipotesis didapatkan situasi mempunyai nilai signifikan  $0,004 < 0,05$ . Yang berarti faktor situasi dapat menjadi alat ukur untuk melihat pengaruh persepsi konsumen pada Implementasi CSR terhadap brand loyalty.

#### **2.1.2. Ismail , 2005**

“Pengaruh kemampuan intelektual terhadap kinerja di Telekom Malaysia.”

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kemampuan intelektual terhadap kinerja di Telekom Malaysia. Penelitian ini mengindikasikan pengaruh signifikan positif antara kemampuan intelektual terhadap kinerja.

#### **2.1.3. Peter R.Y Pasla, 2004**

“Persepsi Masyarakat Surabaya Terhadap Spa Sebagai Sarana Perawatan Kesehatan, Kebugaran Dan Kecantikan”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi masyarakat Surabaya terhadap Spa, dengan menggunakan tehnik statistic deskriptif. Dan mengindikasikan Masyarakat Surabaya mempersepsi Spa di Surabaya sebagai sarana

perawatan kesehatan, kebugaran dan kecantikan yang sesuai dengan fungsi sebenarnya.

#### 2.1.4. M. Hari Supriyono, 2013

"Analisis Implementasi Sistem Manajemen Mutu (SMM) ISO 9001:2008 Dalam Upaya Untuk Meningkatkan Kepuasan *Stakeholder* Di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang".

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi dari SMM ISO 9001:2008 yang difokuskan pada administrasi akademik, hal ini dilihat dari laporan Bagian Administrasi Akademik yang kemudian peneliti melihat pada kenyataannya (observasi) dan juga mewawancarai beberapa mahasiswa yang nantinya dapat menilai hasil implementasinya secara langsung dari lapangan yang nantinya dapat digunakan untuk bahan evaluasi guna meningkatkan kepuasan *stakeholder*. Teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi, sedangkan analisis data menggunakan analisis kualitatif.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu dan Sekarang.**

No.	Nama, Judul, Tahun.	Variabel Indikator /	Pendekatan / Metpen / Analisis	Hasil
1	Sri wahyuni / Pengaruh persepsi Konsumen pada implementasi Program Corporate Social Responsibility	Persepsi, CSR, Brand loyalty.	Kuantitatif / Regresi linier berganda	variabel pelaku (X1) persepsi tidak memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap variabel brand loyalty. Dengan demikian,

	(CSR) Terhadap Brand Loyalty produk Indosat (studi pada mahasiswa UIN MALIKI Malang angkatan 2008/2009)			dapat disimpulkan bahwa berdasarkan hasil uji hipotesis didapatkan pelaku persepsi mempunyai nilai signifikan $0,315 > 0,05$ . variabel target (X2) tidak memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap variabel brand loyalty. berdasarkan hasil uji hipotesis didapatkan target mempunyai nilai signifikan $0,500 > 0,05$ . variabel situasi memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap variabel brand loyalty, berdasarkan hasil uji hipotesis didapatkan situasi mempunyai nilai signifikan $0,004 < 0,05$ .
2	Ismail / Pengaruh kemampuan intelektual terhadap kinerja di Telekom Malaysia. 2005	Kemampuan, Kinerja.	Kuantitatif / Regresi linier berganda	Penelitian ini mengindikasikan pengaruh signifikan positif antara kemampuan intelektual terhadap kinerja.
3	Peter R.Y Pasla / Persepsi Masyarakat Surabaya Terhadap Spa Sebagai Sarana Perawatan Kesehatan, Kebugaran Dan Kecantikan / 2004	Persepsi.	Kualitatif / Statistic deskriptif.	Masyarakat Surabaya mempersepsi Spa di Surabaya sebagai sarana perawatan kesehatan, kebugaran dan kecantikan yang sesuai dengan fungsi sebenarnya.
4	M. Hari Supriyono / Analisis Implementasi Sistem Manajemen Mutu (SMM) ISO 9001:2008 Dalam Upaya Untuk Meningkatkan Kepuasan Stakeholder Di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang / 2013	SMM ISO 9001:2008, Kepuasan Pelanggan.	Pendekatan deskriptif / Analisis kualitatif	Dari hasil penelitian diketahui bahwa Implementasi dari SMM ISO 9001 : 2008 pada Bagian Administrasi Akademik khususnya pada program pemrograman mata kuliah dinilai berhasil akan tetapi masih banyak kendala-kendala karena lemahnya sosialisasi yang dilakukan di setiap Fakultas dan Jurusan dikarenakan penilaian yang

				diambil oleh pihak Administrasi Akademik hanya sebatas mahasiswa yang datang untuk komplain, padahal seharusnya dari pihak Administrasi Akademik mengetahui kondisi di lapangannya seperti apa.
5	A Murtadlo Mafa / Persepsi Mahasiswa Tentang kinerja bagian Akademik Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang	Persepsi, Kinerja organisasi.	Deskriptif / Analisis kualitatif.	Meneliti kinerja organisasi dari perspektif pelanggan, yaitu melihat kinerja BAAK UIN MALIKI Malang dari persepsi mahasiswa.

## 2.2.Kajian Teoritis

### 2.2.1. Kinerja organisasi

#### 2.2.1.1.Pengertian

Bernardin dan Russel (dalam Ruky, 2002:15) memberikan pengertian atau kinerja sebagai berikut : “performance is defined as the record of outcomes produced on a specified job function or activity during time period. Prestasi atau kinerja adalah catatan tentang hasil-hasil yang diperoleh dari fungsi-fungsi pekerjaan tertentu atau kegiatan selama kurun waktu tertentu.

Pengertian kinerja organisasi menurut Surjadi (2009:7) adalah totalitas hasil kerja yang dicapai suatu organisasi tercapainya tujuan organisasi berarti bahwa, kinerja suatu organisasi itu dapat dilihat dari tingkatan sejauh mana organisasi dapat mencapai tujuan yang didasarkan pada tujuan yang sudah ditetapkan sebelumnya”.

Pengertian kinerja lainnya dikemukakan oleh Payaman Simanjuntak (2005:1) yang mengemukakan kinerja adalah tingkat pencapaian hasil atas pelaksanaan tugas tertentu. Kinerja perusahaan adalah tingkat pencapaian hasil dalam rangka mewujudkan tujuan perusahaan. Manajemen kinerja adalah keseluruhan kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan kinerja perusahaan atau organisasi, termasuk kinerja masing-masing individu dan kelompok kerja di perusahaan tersebut.

Sedangkan kinerja organisasi menurut Bastian (2001:329), adalah gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan tugas dalam suatu organisasi, dalam upaya mewujudkan sasaran, tujuan, misi, dan visi organisasi tersebut.

Dari beberapa uraian diatas, dapat dikatakan bahwa kinerja organisasi adalah kemampuan melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepada organisasi dengan sebaik-baiknya guna mencapai sasaran yang telah disepakati. Jadi disini bukan hanya menitik beratkan pada pencapaian tujuan belaka melainkan juga pada proses mengelola sub-sub tujuan dan hasil evaluasinya, kondisi *intern* organisasi, pengaruh lingkungan luardan tenaga kerja atau pihak-pihak yang terlibat.

#### **2.2.1.2.Faktor yang mempengaruhi**

Berhasil tidaknya tujuan dan cita-cita dalam organisasi tergantung bagaimana proses kinerja itu dilaksanakan. kinerja tidak lepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi.

Menurut Ruky (2001:7) faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja organisasi antar lain : (a) Teknologi; (b) Kualitas input; (c) Kualitas lingkungan fisik; (d) Budaya organisasi; (e) Kepemimpinan; (f) Pengelolaan SDM.

Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja organisasi yang dikemukakan oleh Keith Davis (dalam Mangkunegara, 2006:13) adalah kemampuan dan motivasi.

Bourne dan Neely (2002:18) Dalam hal ini, indikator kinerja mempengaruhi, dan dipengaruhi oleh, tindakan manajer dan karyawan pada tingkat yang berbeda dari hirarki organisasi. Bahwa kinerja tindakan mempengaruhi, dan dipengaruhi oleh, tindakan manajer adalah apa yang disebut sebagai hubungan "*mutually constitutive*" antara peserta dan realitas sosial, diciptakan dan ditopang oleh refleksi interaksi sosial oleh individu satu sama lain dan berkesinambungan. Sehubungan dengan berbagai faktor yang berpengaruh terhadap kinerja organisasi seperti yang telah diuraikan di atas, dikemukakan pula oleh Wintrobe (1997: 448) dari hasil studinya tentang pengaruh kepercayaan (*trust*) terhadap kinerja organisasi sebagaimana yang dikemukakan bahwa kepercayaan dianggap oleh beberapa penulis sebagai sebuah elemen yang dapat memiliki dampak signifikan terhadap produktivitas dan kinerja di daerah non-komersial dari organisasi.

Dari beberapa pendapat diatas dapat ditarik suatu kesimpulan terhadap beberapa pandangan tersebut bahwa faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kinerja organisasi secara umum dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal organisasi serta individu dalam organisasi. Faktor internal menyangkut hal-hal

sebagai berikut : (a) kapasitas organisasi; (b) motivasi organisasi; (c); fleksibilitas organisasi (d) manajemen organisasi; (e) orientasi organisasi; (f) karakteristik organisasi; dan (g) tindakan manajer dan karyawan. Sebaliknya faktor eksternal, mencakup : (a) lingkungan; (b) pembelajar; (c) umpan balik; (d) interaksi sosial; dan (e) entitas. Sedangkan faktor individu yang berpengaruh terhadap kinerja organisasi, meliputi hal-hal sebagai berikut : (a) kejelasan peran; (b) kompetensi; (c) nilai; (d) freperensi; (e) penghargaan; (f) karakteristik individu; (g) kompensasi; dan (h) kepercayaan.

### **2.2.1.3. Penilaian dan pengukuran kinerja**

Penilaian kinerja setelah era 60-an semakin mengalami perkembangan seiring dengan perkembangan dinamika dan tantangan organisasi pada masa itu dan masa sekarang. Konsep kinerja pada dasarnya merupakan perubahan atau pergeseran paradigma dari konsep produktivitas. Pada awalnya, orang sering kali menggunakan istilah produktivitas untuk menyatakan kemampuan seseorang atau organisasi dalam mencapai tujuan atas sasaran tertentu. Menurut Andersen (dalam Sudarmanto, 2009:54), paradigma produktivitas yang baru adalah kinerja secara aktual yang menuntut pengukuran secara aktual keseluruhan kinerja organisasi, tidak hanya efisiensi atau dimensi fisik, tetapi juga dimensi non fisik (*intangible*).

Pergeseran penilaian kinerja terkait dengan kedudukan kinerja dalam organisasi, sebagaimana yang dikemukakan oleh Semler (dalam Way dan Johnson, 2005:82) bahwa kedudukan kinerja berhubungan dengan cakupan



dimana hasil aktual organisasi sesuai dengan hasil yang penting bagi organisasi untuk menemukan tujuan dan sasarannya.

Penilaian kinerja yang didasarkan pada proses manajemen dikemukakan oleh Barry (1997:79) sebagai bentuk tanggungjawab manajemen untuk memastikan karyawan memahami misi dan tujuan organisasi atas usaha menanamkan kepercayaan diri dan menunjukkan harapan karyawan didasarkan pada proses manajemen kinerja berhubungan dengan hasil kerja karyawan, meliputi: kreativitas, kepercayaan, moral dan motivasi yang dapat memperkuat hubungan komunikasi antara karyawan dengan manajer.

Penilaian kinerja sebagai alat evaluasi untuk melihat efektivitas karyawan dalam menjalankan tugas dan fungsinya dalam pencapaian tujuan organisasi dikemukakan oleh Blanchard dan Spencer (1982:25), bahwa penilaian kinerja ialah proses kegiatan organisasi mengevaluasi seorang karyawan.

Menurut Armstrong (1998:17), penilaian kinerja merupakan kegiatan yang difokuskan pada usaha mengungkapkan kekurangan dalam bekerja untuk diperbaiki dan kelebihan bekerja untuk dikembangkan, agar setiap karyawan mengetahui tingkat efisiensi dan efektivitas pekerjaannya guna mencapai tujuan organisasi.

Pengertian penilaian kinerja yang dikemukakan di atas tidak semata didasarkan pada penilaian buruk tidaknya karyawan melaksanakan tugasnya untuk kemudian diambil tindakan organisasi. Tetapi penilaian kinerja dapat menjadi proses pembelajaran bagi organisasi dan pihak manajemen agar dapat menentukan langkah-langkah strategis untuk mengarahkan aktivitas organisasi,

memperbaiki tindakan-tindakan manajemen, dan terus melakukan penilaian untuk melakukan adaptasi terhadap proses manajemen dan mengarahkannya kepada tujuan penting organisasi.

#### **2.2.1.4. Indikator Pengukuran Kinerja**

Menurut Niven (2003:14) terdapat enam konsep pengukuran kinerja organisasi sektor publik dan organisasi non profit, yaitu:

*a. Financial Accountability*

Adalah pengukuran kinerja organisasi sektor publik yang hanya berfokus pada seberapa besar anggaran yang telah dikeluarkan

*b. Program products or output*

Adalah pengukuran kinerja organisasi sektor publik bergantung pada jumlah produk atau jasa yang dihasilkan dan berapa jumlah orang yang dilayani.

*c. Adherence to standards quality in service delivery*

Pengukuran kinerja yang terkonsentrasi pada pelayanan yang mengarah pada ketentuan badan sertifikasi dan akreditasi pemerintah. Badan tersebut juga bertujuan untuk menjaga kualitas dan konsistensi produk/jasa yang mereka berikan.

*d. Participant related measures*

Pengukuran kinerja yang menekankan pentingnya kepastian pemberian pelayanan hanya kepada mereka yang sangat membutuhkan, oleh karena

itu organisasi publik akan melakukan penilaian klien atau pelanggan yang akan dilayani berdasarkan status demografinya, sehingga bisa ditentukan mana pelanggan yang layak mendapatkan pelayanan terlebih dahulu.

e. *Key performance indicators*

Pengukuran kinerja berdasarkan pada pembentukan kriteria-kriteria tertentu yang dapat mewakili semua area yang ingin dinilai, untuk kemudian disusun indikator-indikator yang mampu mengukur kriteria tersebut.

f. *Client satisfaction*

Pengukuran kinerja organisasi didasarkan pada kepuasan pelanggan atas penyediaan barang atau pelayanan publik. Beberapa faktor utama yang menentukan kepuasan pelanggan yaitu: ketepatan waktu pelayanan, kemudahan untuk mendapat layanan dan kepuasan secara keseluruhan.

Dalam organisasi pengukuran kinerja digunakan untuk melihat sejauh mana aktivitas organisasi yang selama ini dilakukan dengan membandingkan *output* atau hasil yang telah dicapai. Untuk melihat kinerja terdapat beberapa perbedaan di antara para ahli untuk indikator pengukurannya.

Emitasi Etzioni (dalam Indrawijaya, 1986:26) mengemukakan pengukuran kinerja organisasi menggunakan System Model, mencakup empat kriteria yaitu adaptasi, integrasi, motivasi dan produksi. Kriteria adaptasi dipersoalkan adalah kemampuan organisasi untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan. Indikator ini antara lain adalah tolok ukur proses pengadaan dan pengisian tenaga kerja, ruang lingkup kegiatan organisasi. Hal terakhir mempertanyakan seberapa jauh

kemanfaatan organisasi tersebut bagi lingkungan. Kriteria integrasi, yaitu pengukuran terhadap tingkat kemampuan organisasi untuk mengadakan sosialisasi, pengembangan konsensus dan komunikasi dengan berbagai macam organisasi lain. Kriteria motivasi anggota diukur keterikatan dan hubungan antara pelaku organisasi dengan organisasinya dan kelengkapan sarana bagi pelaksanaan tugas pokok dan fungsi organisasi. Sementara kriteria produksi, yaitu usaha untuk pengukuran efektivitas organisasi dihubungkan dengan jumlah dan mutu keluaran organisasi serta intensitas kegiatan suatu organisasi.

Sedangkan menurut Ducan (1981:19) kinerja organisasi dapat diukur dengan indikator:

- a. Efisiensi, yaitu jumlah dan mutu dari hasil organisasi dibanding dengan masukan sumber.
- b. Keseimbangan antara subsistem sosial dan antar personil.
- c. Antisipasi dan persiapan untuk menghadapi perubahan.

Furtwengler (2002:10) mengemukakan indikator pengukuran kinerja organisasi hanya dari aspek perspektif pelanggan, yang menilai kinerja organisasi berdasarkan kepuasan pelanggan atas pelayanan, produk, dan jasa yang bernilai lebih bagi pelanggan, yaitu:

- a. Kecepatan, adalah kecepatan dan ketanggapan dalam memberikan pelayanan, pelayanan tanpa kualitas adalah sia-sia. Pelayanan yang cepat dan berkualitas dapat membuat para pelanggan merasa puas, dapat menghemat waktu dan biaya.

- b. Kualitas, dalam hal ini adalah kemampuan setiap karyawan dalam memberikan pelayanan terhadap para pelanggan atau nasabah, baik pelanggan internal maupun pelanggan eksternal yang sesuai dengan *Standard Operating Procedure (SOP)*..
- c. Layanan, adalah layanan yang diberikan oleh setiap karyawan sesuai dengan jenis pekerjaannya yang diberikan pada semua pelanggan baik internal maupun eksternal akan sangat mendukung kecepatan dan kualitas pelayanan.
- d. Nilai, adalah seberapa lebih sesuatu yang didapatkan pelanggan dibandingkan dengan harga yang mereka bayar. Dan seberapa puasny pelanggan.

Dari beberapa indikator yang dikemukakan para ahli di atas, peneliti menggunakan indikator yang di kemukakan Furtwengler, ini sesuai konsep *Client satisfaction* yang dikemukakan oleh Niven di atas. Selain itu juga sesuai dengan tujuan penelitian yang menilai kinerja organisasi dari perspektif konsumen atau pelanggan.

#### **2.2.1.5.Kinerja Dalam Perspektif Islam**

Ditinjau dari pandangan Islam, makna kinerja memiliki arti kesungguhan dan kemauan dalam melaksanakan tugas, dalam surat at-Taubah 105 dijelaskan :

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ  
فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

*dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, Maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.*

Selanjutnya dalam surat al-maidah ayat 35 dijelaskan :

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوْا اللّٰهَ وَاتَّبِعُوْا اِلَيْهِ الْوَسِيْلَةَ وَجَاهِدُوْا فِىْ سَبِيْلِهِ لَعَلَّكُمْ تَفْلِحُوْنَ ﴿٣٥﴾

*Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan carilah jalan yang mendekatkan diri kepada-Nya, dan berjihadlah pada jalan-Nya, supaya kamu mendapat keberuntungan.*

Islam memberikan rambu-rambu bagi ummatnya, bahwa ketika melaksanakan suatu pekerjaan yang baik, maka tuntutan untuk bersungguh-sungguh menjadi sesuatu yang mutlak. Kesungguhan ini dinilai sebagai sebuah jihad. Orang yang bersungguh-sungguh dalam bekerja, bukan manusia saja yang akan melihat pekerjaan yang ia lakukan, bahkan Allah memberikan penghargaan sebagai orang yang mulia atas prestasi kerja yang dilakukan dengan kemuliaan pula.

Dalam sebuah hadits, Rosulullah SAW juga bersabda :

إنما الأعمال بالنيات وإنما لكل امرئ ما نوى فمن كانت هجرته إلى الله ورسوله فهجرته إلى الله ورسوله ومن كانت هجرته لغير الله ورسوله فهجرته إلى ما هاجر إليه (أبو داود)

*bahwa amal-amal (itu sah bila disertai dengan niat). Dan bahwa bagi setiap orang (mendapatkan apa yang diniatkan). Maka barang siapa hijrahnya kepada Allah dan Rasul-Nya, maka hijrahnya kepada Allah dan Rasul-Nya. Dan barang siapa yang hijrahnya kepada harta dunia yang dicarinya atau seorang wanita yang dinikahinya, maka hijrahnya kepada apa yang dihijrahinya.”(H.R. Abu Daud)*

Pesan utama yang terkandung dalam hadits di atas adalah kesungguhan, apapun aktivitas atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang berdasarkan niat yang ia lahirkan dari dalam hatinya. Niat yang benar dan sungguh-sungguh akan melahirkan aktivitas yang penuh kesungguhan pula. Hasil dari aktivitas itu akan sesuai dengan apa yang telah menjadi niat dalam hatinya. Artinya kinerja yang memiliki makna kesungguhan itu akan berkaitan erat dengan niat yang menjadi awal seseorang melakukan aktivitas.

Islam merupakan agama rahmat bagi semesta alam. Dimana seluruh kehidupan umat manusia ditata dalam tatanan yang seimbang baik hubungan antar manusia, manusia dengan alam, ataupun pengabdian manusia terhadap Sang Khaliq. Setiap segala sesuatu telah ditata sebagaimana baiknya atau dalam kidah-kaidah yang akan memberikan kebaikan bagi manusia itu sendiri.

Sesungguhnya umat Islam merupakan umat yang diunggulkan, karena mereka berjalan diatas syariat Allah yang tidak terdapat kebatilan didalamnya, syariat yang menjadikan umat ini mulia jika mereka menjalankannya dengan baik.

Djalaludin (2007:2) menegaskan bahwa dalam Al-Qur'an telah disebutkan al-Islamu diinul al'amal, Islam adalah agama amal. Amal islami adalah amalan-amalan yang dikehendaki oleh syariat untuk dikerjakan oleh seorang muslim. Al-Qur'an menghendaki optimalisasi dalam implementasi amalan-amalan islami.

الَّذِي خَلَقَ الْمَوْتَ وَالْحَيَاةَ لِيَبْلُوَكُمْ أَيُّكُمْ أَحْسَنُ عَمَلًا ۗ وَهُوَ الْعَزِيزُ الرَّحِيمُ ﴿٢﴾

*yang menjadikan mati dan hidup, supaya Dia menguji kamu, siapa di antara kamu yang lebih baik amalnya. dan Dia Maha Perkasa lagi Maha Pengampun.*  
(QS. Al-Mulk : 2)

Amalan yang optimum menjadi tujuan pokok Al-Qur'an dalam implementasi amalan-amalan Islami. Allah lebih lanjut telah menjelaskan dalam Al-Qur'an Al-Karim bahwa dalam implementasi amalan-amalan Islami harus mementingkan dan memperhatikan unsur *idariyah* (manajemen).

Bekerja dan melayani pelanggan merupakan suatu bentuk amalan. Perintah dan kaidah untuk melakukan pelayanan yang berkualitas diajarkan dalam Al-Qur'an Al Karim dan Hadits. Pelayanan yang tinggi atau pemberian service yang layak merupakan bagian dari etos kerja yang tinggi. Dalam hal ini maka untuk mencapai *service exelent* para pekerja harus benar-benar memahami dan



melaksanakan ketaatan pada substansi ajaran Islam, pada pedoman dan panduan pelaksanaan serta pilihan untuk menciptakan titik normal, yang merupakan rangkaian kegiatan manajemen pelayanan. Djalaluddin mengaskan beberapa hal tersebut antara adalah *fiqhul al ahkam* (pemahaman terhadap hukum dan aturan), *kaifiyat al tathbiq* (tata cara pelaksanaan), dan *ikhtiyar al afdhal* (memilih yang utama dan optimal), sehingga nantinya akan tercapai sebuah amal Islami yang bededikasi tinggi.

## **2.2.2. Persepsi**

### **2.2.2.1. Pengertian**

Menurut Robbins, persepsi adalah "suatu proses dimana individu mengorganisasikan dan menafsirkan kesan indera mereka untuk memberi makna pada lingkungan mereka" (Robbins, 1999:46).

Menurut Kreitner dan Kinicki, persepsi adalah "proses kognitif yang memungkinkan kita dapat menafsirkan dan memahami lingkungan sekitar kita" (Kreitner dan Kinicki, 2005:208).

Sejalan dengan kedua pendapat tersebut, Siswanto mendefinisikan persepsi sebagai: "proses pemberian arti terhadap lingkungan oleh individu" (Siswanto, 2006:77).

Dari ketiga pendapat di atas dapat diambil kesimpulan bahwa, sesuatu yang ditangkap oleh indera kita dari lingkungan dan kita dapat menafsirkan dan memahaminya, maka itulah yang disebut dengan persepsi.

Menurut Matlin dan Solso (dalam Suharnan, 2005:23) dijelaskan bahwa: "persepsi adalah suatu proses penggunaan pengetahuan yang telah dimiliki (yang disimpan di dalam ingatan) untuk mendeteksi atau memperoleh dan menginterpretasikan stimulus (rangsangan) yang diterima oleh alat indera seperti mata, telinga, dan hidung". Menurut Walgito, persepsi adalah "suatu proses yang didahului oleh penginderaan individu melalui alat indera kemudian proses tersebut diteruskan oleh syaraf otak untuk diinterpretasikan" (Walgito, 2003:53).

Sehingga, dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah suatu proses kognitif dengan menggunakan pengetahuan yang disimpan dalam ingatan untuk mendeteksi dan menginterpretasikan stimulus yang diterima dari lingkungannya, dengan diawali oleh penginderaan melalui alat indera, kemudian diteruskan oleh syaraf otak untuk diinterpretasikan agar menjadi sesuatu yang berarti dan mungkin berbeda dengan kenyataannya.

#### **2.2.2.2. Pembentukan persepsi**

Proses pembentukan persepsi dijelaskan oleh Feigi, (dalam Luthan, 2006:200) sebagai pemaknaan hasil pengamatan yang diawali dengan adanya stimulus. Setelah mendapat stimulus, pada tahap selanjutnya terjadi proses seleksi dengan *interpretation*, dan dengan *closure*. Proses seleksi terjadi pada saat seseorang memperoleh informasi, maka akan berlangsung proses penyeleksian pesan, yang mana pesan yang dianggap penting dan tidak penting. Proses *closure* terjadi ketika hasil seleksi tersebut akan disusun menjadi satu kesatuan yang berurutan dan bermakna, sedangkan interpretasi berlangsung ketika yang

bersangkutan memberi tafsiran atau makna terhadap informasi tersebut secara menyeluruh (Luthans, 2006:200).

Pada saat melakukan persepsi terdapat dua proses yang berlangsung secara serempak antara keterlibatan aspek-aspek dunia luar (stimulus-informasi) dengan duniadi dalam diri seseorang (pengetahuan yang relevan dan telah disimpan di dalam ingatan). Dua proses dalam persepsi tersebut, biasa disebut dengan *bottom-up* atau *data driven processing* (aspek stimulus), dan *top-down* atau *conceptually driven processing* (aspek pengetahuan seseorang). Hasil persepsi seseorang mengenai sesuatu objek biasanya disamping dipengaruhi oleh penampilan objek itu sendiri, juga pengetahuan seseorang mengenai objek tersebut. Dengan demikian, suatu objek dapat dipersepsi berbeda oleh dua orang, akibat perbedaan pengetahuan yang dimiliki masing-masing orang mengenai objek tersebut (Suharnan, 2005; 23).

Selain objek yang dipersepsi dan pengetahun, pengalaman masa lalu juga mempunyai peranan di dalam memperoleh sebuah persepsi, seperti yang diungkapkan oleh Kartono: “bahwa apa yang kita amati sekarang ini senyatanya pernah kita amati/kenal pada masa lalu” (Kartono, 1996:63)

### **2.2.2.3.Faktor yang Mempengaruhi Persepsi**

Menurut Walgito faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi antara lain :

a. Faktor Internal

Faktor internal, yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu.

Misalnya segi kejasmanian dan segi psikologis. Bila segi fisiologisnya

terganggu, hal tersebut akan berpengaruh dalam persepsi seseorang. Sedangkan segi psikologis, antara lain mengenai pengalaman, perasaan, kemampuan berfikir, kerangka acuan, dan motivasi akan berpengaruh pada seseorang dalam mengadakan persepsi.

#### b. Factor Eksternal

Faktor eksternal, yaitu faktor yang berasal dari luar diri individu misalnya stimulus dan lingkungan. Agar stimulus dapat dipersepsi, maka stimulus harus cukup kuat. Kejelasan stimulus akan banyak berpengaruh dalam persepsi. Bila stimulusnya berupa benda-benda bukan manusia, maka ketepatan persepsi lebih terletak pada individu yang mengadakan persepsi, karena benda-benda yang dipersepsi tersebut tidak ada usaha untuk mempengaruhi yang mempersepsi (Walgito, 2003: 54).

Sedangkan menurut Robbins, faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi adalah:

##### 1. Pelaku persepsi

Pada saat individu melihat suatu sasaran dan berusaha menginterpretasikan apa ia lihat, maka interpretasi tersebut akan dipengaruhi oleh pribadi individu yang melihat

##### 2. Objek persepsi

Karakteristik suatu objek atau sasaran yang kita lihat dapat mempengaruhi persepsi, seperti orang yang cantik atau tampan, ceria, dan lain-lain.

##### 3. Situasi

Konteks dimana individu melihat suatu objek atau peristiwa juga penting, karena waktu suatu objek atau peristiwa dilihat dapat mempengaruhi persepsi, seperti sore atau siang hari, lokasinya dimana, cuaca panas, dan lain-lain (Robbins, 1999;46).

Sehingga, dari pendapat para tokoh di atas dapat diambil kesimpulan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi terdiri dari factor internal (yang ada dalam diri individu) dan factor eksternal (dari luar diri individu). Faktor internal mencakup segi psikologis, seperti pengalaman, perasaan, kemampuan berfikir, karakteristik individu, motivasi, emosi, dan kebutuhan, dan segi fisiologisnya, seperti alat indera individu, bila indera terganggu maka akan mempengaruhi seseorang dalam melakukan persepsi. Kedua, faktor eksternal (dari luar diri individu), yaitu objek yang dipersepsi, konteks dimana persepsi dibuat, dan lingkungan

#### **2.2.2.4. Persepsi Dalam Pandangan Islam**

Allah swt menganugerahkan alat indera kepada makhluk-Nya untuk mengetahui segala sesuatu di luar dirinya. Melalui alat indera manusia dan hewan bisa menjaga dirinya dan mempertahankan kehidupannya. Beberapa bentuk emosi bisa memengaruhi persepsi. Misalkan seorang anak yang takut berada di kamar yang gelap akan mempersepsi kamar tersebut banyak sesuatu yang menakutkan. Kecintaan kita pada seseorang pun menjadikan diri kita lupa untuk mengetahui kekurangan yang ada pada orang yang kita cintai. Begitu juga dengan kebencian pada seseorang menyebabkan kita hanya memerhatikan kejelekannya saja tanpa

melihat kebajikannya. Rasulullah saw mengisyaratkan bahwa semua dorongan dan emosi yang terdapat dalam diri kita dapat menghalangi persepsi dan pikiran secara benar.

Dalam pandangan Islam, mengukur tingkat persepsi diterangkan dalam Al-Qur'an surat Al-Isra' ayat 36.

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا ﴿٣٦﴾

*“dan janganlah kamu mengikuti apa yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan dan hati, semuanya itu akan diminta pertanggung jawaban nya.” (QS. Al-Isra':36)*

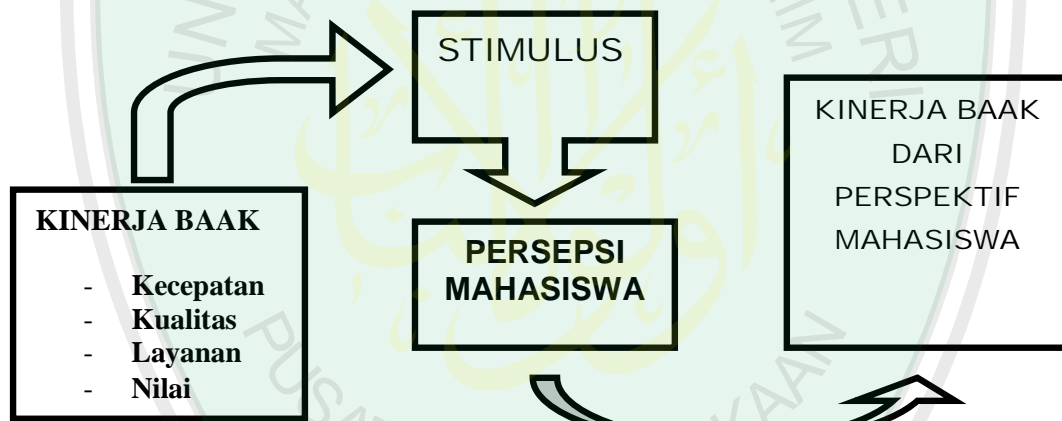
Yang dimaksud ayat diatas adalah bahwa Allah *Tabaaraka wa Ta'ala* melarang tanpa didasari pengetahuan, yang tidak lain hanyalah hayalan belaka. Janganlah kita mengatakan: “Aku melihat,” padahal tidak melihat. Atau “Aku mendengar,” padahal tidak mendengar. Atau “Aku mengetahui,” padahal tidak tahu, karena sesungguhnya Allah akan meminta pertanggungjawaban kepadamu terhadap semua hal tersebut. Ini sesuai dengan yang disabdakan oleh Rasulullah SAW :

قُلِ الْحَقُّ وَلَوْ كَانَ مُرًّا

*“katakanlah yang benar walaupun itu pahit” (HR.Abu Daud)*

Hadits tersebut mengisyaratkan pada kita bahwa kita harus menyesuaikan output dengan input yang diterima indera kita. Ini dapat berarti bahwa persepsi dalam pandangan Islam adalah suatu proses kognitif yang dialami individu dalam memahami informasi baik melalui panca indera, seperti mata untuk melihat, telinga untuk mendengar, hidung untuk penciuman, hati untuk merasakan, dan pemahaman dengan indera mata maupun pemahaman dengan hati dan akal.

### 2.3. Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.