

**ANALISIS PENERAPAN LEADER SOCIETY RECRUTMENT  
UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DALAM  
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM  
(STUDY PADA PT. TELKOM TANJUNG KARANG CABANG LAMPUNG)**



**Skripsi  
Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat  
Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

**Oleh**

**Sefi Agustin  
NPM 1251010224  
Jurusan: Ekonomi Syariah**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN  
LAMPUNG  
1439 H/2017 M**

## ABSTRAK

Industri telekomunikasi merupakan salah satu industri yang dinamis. Adanya konvergensi teknologi membuat telekomunikasi tidak dapat dilihat terpisah dari industri lain. Tingkat persaingan dalam dunia usaha menuntut setiap perusahaan untuk lebih dapat mengunggulkan segala kemampuannya dalam memasarkan produk atau jasa yang ditawarkan. Setiap kegiatan tersebut memerlukan sebuah konsep pemasaran yang mendasar agar efektif dan efisien sesuai dengan orientasi perusahaan terhadap pasar. PT. Telekomunikasi lebih dikenal dengan sebutan TELKOM yang merupakan perusahaan penyelenggara jasa telepon lokal dan sambungan langsung jarak jauh (SLJJ). Telkom juga mengadakan program bernama *Society Leader*. Adapun kriteria-kriteria PT Telkom untuk merekrut karyawannya dengan system *leader society recruitmen* adalah sebagai berikut: *Capability, capacity, creativity, character, credibility, commitment, compatibility*. Dunia usaha di tanah air masih memandang etika bisnis sebagai sesuatu yang asing, yang sulit ditempatkan ke dalam dunia bisnis sehari-hari. Dalam praktik bisnis ada beberapa nilai etika Islam yang dapat mendorong bertumbuhnya dan suksesnya bisnis yaitu konsep Iman, Islam dan Ihsan dalam bisnis. Aplikasi Iman dan Islam dalam kehidupan bisnis adalah Ihsan bisni

Rumusan masalah dalam penelitian adalah Bagaimana leader society recruitment dalam meningkatkan penjualan di PT. Telkom cabang Lampung serta Bagaimana pandangan etika bisnis islam terhadap leader society recruitment PT. Telkom cabang Lampung. Tujuan penelitian ingin Mengetahui strategi penjualan/pemasaran pada PT. Telkom cabang Lampung dan Mengetahui implementasi Etika Bisnis Islam pada penjualan/pemasaran produk di PT. Telkom cabang Lampung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, data primer di peroleh melalui Observasi dan Wawancara. Wawancara dilakukan pada tanggal 25 Oktober 2017 dengan pak Agung selaku Manager HRD.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis tentang rekrutmen karyawan pada PT Telkom cabang Lampung, dapat diketahui bahwa PT Telkom cabang Lampung menggunakan beberapa sistem untuk proses perekrutan tenaga kerja yaitu Sistem Kecakapan (*System Merit*) yaitu sistem perekrutan yang didasarkan atas keahlian, kecakapan, kesehatan, dan pengalaman. Sedangkan Metode yang lebih dominan diterapkan oleh PT Telkom adalah Metode Terbuka. Pelaksanaan perekrutan karyawan pada PT Telkom sebagian besar sudah sesuai dengan pelaksanaan rekrutmen yang dimaksud yaitu sesuai dengan perekrutan dalam perspektif Islam, terbukti bahwa PT Telkom telah menggunakan kriteria keislaman yang terdapat dalam Al-Qur'an, yaitu seorang karyawan yang memiliki kekuatan, kecakapan, keadilan, dan kejujuran. Selain itu, PT Telkom menerapkan profesionalisme kerja dalam pandangan Syariah yaitu meliputi kafaah (*keahlian*), amanah (*terpercaya*), himatul 'amal (*etos kerja tinggi*).



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

*Sekretariat : Jl, Letkol. H. Endero Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung Telp.(0721) 703260*

**PERSETUJUAN**

**Judul** : "ANALISIS PENERAPAN LEADER SOCIETY RECRUTMENT  
UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DALAM PERSPEKTIF  
ETIKA BISNIS ISLAM" (Study Pada Pt Telkom Tanjung Karang Cabang  
Lampung)  
**Nama** : Sefi Agustin  
**NPM** : 1251010224  
**Jurusan** : Ekonomi Syariah  
**Pembimbing I** : Dr. Ruslan Abdul Ghofur ,S.Ag.,M.Si.  
**Pembimbing II** : Budimansyah,M.Kom.I.

**MENYETUJUI**

Untuk dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam sidang munaqosyah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

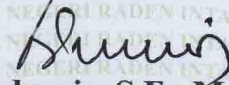
**Pembimbing I**

  
**Dr. Ruslan Abdul Ghofur ,S.Ag.,M.Si.**  
**NIP. 19800801 200312 1 001**

**Pembimbing II**

  
**Budimansyah,M.Kom.I.**  
**NIP.19770725200212 1 001**

Mengetahui,  
**Ketua Jurusan Ekonomi Islam**

  
**Madnasir, S.E., M.Si.**  
**NIP. 197504242002121001**



KEMENTERIAN AGAMA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG

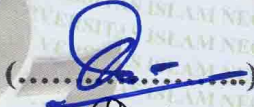
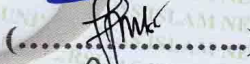
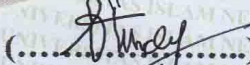
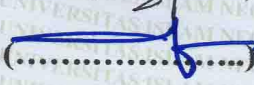
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Sekretariat : Jl. Letkol. H. Endero Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung Telp. (0721) 703260



**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul.” **ANALISIS PENERAPAN LEADER SOCIETY RECRUTMENT UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDY PADA PT. TELKOM TANJUNG KARANG CABANG LAMPUNG)**”, disusun oleh **Sefi Agustin, 1251010224**, telah diujikan dalam sidang munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal : jumat/ 17-05-2019

**TIM MUNAQASYAH**

**Ketua** : **H. Supaijo, SH., MH** (.....)  
**Sekretaris** : **Liya Ermawati, S.E.I.,M.S.AK** (.....)  
**Penguji I** : **Fatih Fuadi, S.E.I., M.Si.** (.....)  
**Penguji II** : **Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I** (.....)

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

  
  
**Moh. Bahrudin, M.A.**  
NID 5808241989031003

## Motto

وَلَا تَهِنُوا وَلَا تَحْزَنُوا وَأَنْتُمْ الْأَعْلَوْنَ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ

*Janganlah kamu bersikap lemah, dan janganlah (pula) kamu bersedih hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi (derajatnya), jika kamu orang-orang yang beriman.*

*(Ali Imran: 139)*



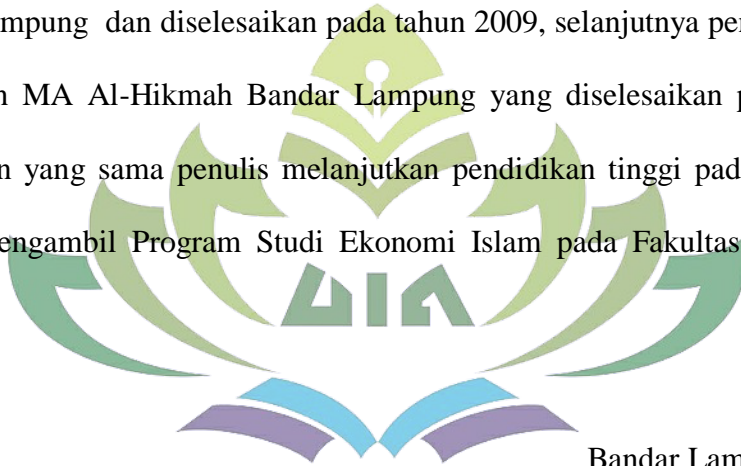
## PERSEMBAHAN

Teriring doa dan rasa syukur kepada Allah SWT, atas setiap keberkahan, kedamaian, keindahan, dan kemudahan dalam menjalani dan memaknai hidup. Serta sayang dan perlindungan-Nya yang selalu mengiringi detak jantungku, denyut nadiku dan langkah kakiku ini. Maka dengan ketulusan dan kerendahan hati, ku persembahkan karya sederhanaku ini kepada Kedua orang tuaku, Bapak Zikrillah dan Ibunda tercinta Suryani, adikku Giti Novita dan Risky Fadhilah yang dengan sabar menantikan keberhasilanku dan selalu memberikan motivasi memberikan kasih sayang, pengorbanan, dukungan, serta do'a yang tiada henti agar dapat mencapai kesuksesan dunia dan akhirat. Dan Almamater tercinta Universitas Islam Negeri Raden Intan Bandar Lampung yang selalu saya banggakan yang menjadi tempat menimba ilmu pengetahuan dan memperbanyak teman untuk menjalin silaturahmi.

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis dianugerahi nama Sefi Agustin oleh bapak dan ibuku tercinta yang merupakan anak ke 1 dari 3 bersaudara. Dilahirkan pada tanggal 8 Agustus 1994 di Krui, Lampung Barat.

Riwayat pendidikan penulis yang telah diselesaikan adalah MIN 1 Sukarame Bandar Lampung pada tahun 2006, kemudian melanjutkan pendidikan SMP PGRI 6 Bandar Lampung dan diselesaikan pada tahun 2009, selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan MA Al-Hikmah Bandar Lampung yang diselesaikan pada tahun 2012. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan tinggi pada UIN Lampung, dengan mengambil Program Studi Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi Bisnis Islam.



Bandar Lampung, 5 Juli 2019

Sefi Agustin

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah yang melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ANALISIS PENERAPAN LEADER SOCIETY RECRUTMENT UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDY PADA PT. TELKOM TANJUNG KARANG CABANG LAMPUNG)”.

Skripsi ini merupakan bagian dan persyaratan menyelesaikan studi pendidikan program Strata Satu (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung guna memperoleh Sarjana Ekonomi (S.E). Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, saran, dan kerjasama dari Bapak Dr. Ruslan Abdul Ghopur S.Ag.,M.Si., dan Bapak Budimansyah, M.Kom.I. beserta berbagai pihak, untuk itu penulis berusaha semaksimal mungkin untuk menyempurnakan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat, penulis menyampaikan ucapan terimakasih atas bantuan yang telah diberikan kepada :

1. Dr. Moh Bahrudin, MA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
2. Dr. Ruslan Abdul Ghopur S.Ag.,M.Si., selaku dosen pembimbing I yang meluangkan waktu dan fikiran dalam memberikan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.



3. Budimansyah, M.Kom.I. selaku dosen pembimbing II yang memberikan arahan sehingga skripsi dapat terselesaikan dengan baik.
4. Bapak dan Ibu Dosen, para Staf Karyawan Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam.
5. Pimpinan dan karyawan perpustakaan Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam dan Institut yang telah memberikan informasi, data, referensi, dan lain-lain;
6. Sahabat-sahabat almamater tahun 2012 yang selama ini menjadi teman yang baik dalam bertukar informasi, berbagi keluh kesah serta keceriaan.

Serta semua pihak yang tidak bisa disebutkan namanya, penulis mengucapkan terimakasih banyak semoga apa yang telah diberikan menjadi amal yang sholeh dan diberkahi oleh Allah SWT, semoga skripsi ini bermanfaat bagi para akademis dan pembaca.

Penulis menyadari bahwa hasil penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan waktu, dana, dan kemampuan penulis dalam penyusunan skripsi ini. Untuk itu kepada para pembaca kiranya dapat memberikan masukan dan saran-saran guna melengkapi hasil penelitian.

Penulis berharap hasil penelitian ini akan menjadi sumbangan yang berarti dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya ilmu-ilmu ke islamian di abad modern ini.

Bandar Lampung, 17 Januari 2018

Penulis,

SEFI AGUSTIN

## DAFTAR ISI

<b>JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Penegasan Judul.....	1
B. Alasan Memilih judul .....	3
C. Latar Belakang Masalah .....	3
D. Rumusan Masalah .....	8
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
F. Metode Penelitian .....	10
1. Jenis dan Sifat Penelitian .....	10
2. Sumber Data.....	11
3. Metode Pengumpulan Data .....	12
4. Metode Pengolahan Data .....	14
5. Teknik Analisa Data.....	14
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>16</b>
A. Leader Society .....	16
1. Pengertian Leader Society .....	16
2. Istilah-Istilah Leader Society .....	17
3. Tujuan Leader Society .....	19
4. Tugas Leader Society.....	19
5. Prinsip-prinsip Dasar Leader Society .....	23
B. Recruitment .....	26
1. Pengertian Recruitment.....	26
2. Kriteria Recruitment .....	26
C. Penjualan .....	31
1. Pengertian Penjualan.....	31
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan .....	32
D. Etika Bisnis Islam.....	35
1. Pengertian Tingkat Penjualan.....	35
2. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam .....	39
3. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam.....	43

<b>BAB III LAPORAN PENELITIAN .....</b>	<b>48</b>
A. Gambaran Umum PT Telkom Bandar Lampung .....	48
1. Sejarah Berdirinya PT Telkom Cabang Lampung .....	48
2. Visi dan Misi PT Tellkom Cabang Lampung.....	53
3. Struktur Organisasi PT Telkom Cabang Lampung .....	54
B. Penerapan Leader Society Recruitment .....	54
1. Kegiatan Usaha PT Telkom Cabang Lampung .....	54
2. Penjualan dan Pemasaran Distribusi PT Telkom .....	56
3. Inisiatif Strategi PT Telkom Cabang Lampung .....	61
<b>BAB IV ANALISIS DATA.....</b>	<b>62</b>
A. Analisis Leader Society Rekrutmen Karyawan Pada PT Telkom cabang Lampung .....	62
1. Sistem Recruitment.....	70
2. Metode Recruitment.....	79
3. Sumber Recruitment .....	80
B. Analisis Leader Society Rekrutmen Karyawan PT Telkom dalam Etika Bisnis Islam .....	81
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>89</b>
A. Kesimpulan.....	89
B. Saran.....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Penegasan Judul**

Sebelum penulis menguraikan pembahasan lebih lanjut, terlebih dahulu akan dijelaskan istilah dalam skripsi ini. Untuk menghindari kekeliruan bagi pembaca maka perlu adanya penegasan judul. Oleh karena itu, untuk menghindari kesalahan tersebut disini diperlukan adanya pembatasan terhadap arti kalimat dalam skripsi ini.

Dengan harapan memperoleh gambaran yang jelas dari makna yang dimaksud. Adapun judul skripsi ini adalah **“ANALISIS PENERAPAN LEADER SOCIETY RECRUTMENT UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDY PADA PT. TELKOM TANJUNG KARANG CABANG LAMPUNG)”**.

Adapun istilah-istilah sebagai berikut:

#### 1. Analisis

Analisis adalah uraian atau penyelidikan mengenai suatu peristiwa untuk mendapatkan fakta yang tepat, asal usul, sebab musabab yang sebenarnya.<sup>1</sup>

#### 2. Penerapan

Penerapan adalah perbuatan menerapkan. Bisa berarti pemakaian suatu cara, metode, teori atau sistem.<sup>2</sup>

#### 3. Leader Society

---

<sup>1</sup> Pius A Partanto, M. Dahlan Al Barry, *kamus ilmiah populer*, Surabaya, Arkola, 1994. h.55.

<sup>2</sup> H. Salim . HS . *Penerapan Teori Hukum pada Penelitian*, Jakarta Raja Grafindo Persada, 2013. h.1.

Leader Society adalah kemampuan yang dipunyai seseorang untuk mempengaruhi orang-orang lain untuk bekerja mencapai tujuan dan sasaran.<sup>3</sup>

#### 4. Recruitment

Recruitment adalah proses mencari, menemukan, mengajak dan menetapkan sejumlah orang dari dalam maupun dari luar perusahaan sebagai dari calon tenaga kerja dengan karakteristik tertentu seperti yang telah ditetapkan dalam perencanaan sumber daya manusia.<sup>4</sup>

#### 5. Penjualan

Penjualan adalah kegiatan yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan kepada usaha pemuasan kebutuhan serta keinginan pembeli atau konsumen, guna untuk mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba atau keuntungan.<sup>5</sup>

#### 6. Etika Bisnis Islam

Etika merupakan seperangka tprinsip moral yang membedakan yang baik dari yang buruk.<sup>6</sup>Bisnis diartikan sebagai usaha dagang, usaha komersial didunia perdagangan, dan bidang usaha.Sehingga bisnis merupakan suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan penjualan barang-barang dan jasa-jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit.<sup>7</sup>

<sup>3</sup> T. Hani Handoko, *Manajemen*, BPF E Yogyakarta, 1986, h. 294

<sup>4</sup>Yani M, manajemen sumber daya manusia, mitra wacana media, jakarta, 2012, h. 59.

<sup>5</sup> Basu Swastha, manajemen penjualan, liberty yogyakarta, yogyakarta, 2005. h.12

<sup>6</sup> Rafik Issa Beekun,*Etika Bisnis Islam*, diterjemahkan oleh Muhammad,dari judul asli *Islmic Business Athics*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), h.3

<sup>7</sup> Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islamic*,(Jakarta: Gema Insani Press, 2002), h..15.

berdasarkan beberapa pengertian diatas, maka yang dimaksud dengan judul ini adalah menganalisa dan menggambarkan bagaimana pelaksanaan leader society recruitment di PT. Telkom Tanjung Karang.

## **B. Alasan Memilih Judul**

Adapun alasan-alasan penulis tertarik dalam memilih dan menentukan judul skripsi ini adalah :

### 1. Alasan Objektif

Dengan adanya program leader society, peneliti ingin mengetahui apakah leader society dapat meningkatkan penjualan PT. Telkom Tanjung Karang.

### 2. Alasan Subjektif

Karena judul tersebut sesuai dengan bidang studi yang dipelajari dalam perkuliahan, yakni di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah.

## **C. Latar Belakang**

Perkembangan *system* dan praktik ekonomi syariah mulai terlihat marak di tanah air lebih kurang satu dekade terakhir. Perkembangan ini tidak terlepas dari alasan pokok keberadaan *system* ekonomi syariah, yaitu keinginan masyarakat muslim menjalankan Islam secara *kaffah*. Islam adalah agama yang komprehensif (*universal*), yang memberikan tuntunan hampir seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk tuntunan dalam transaksi dan kegiatan ekonomi yang menjadi bagian

penting dari kehidupan manusia. Pengembangan ekonomi dan bisnis syariah atau bisnis Islami telah diadopsi ke dalam kerangka besar kebijakan ekonomi di Indonesia dewasa ini.<sup>8</sup>

Dalam mencapai kemakmuran secara individu maupun kemakmuran masyarakat, dapat ditempuh melalui bisnis, karena bisnis merupakan bagian dari ekonomi untuk mencapai kebutuhan dengan memperhatikan kepuasan diri dari pemakainya. Secara singkat dapat dikatakan bisnis merupakan unit ekonomi atau kesatuan organisasi ekonomi.<sup>9</sup>

Sebagai agama *rahmat lil' alamin* yang bersumber pokok dari ajaran wahyu, sudah barang tentu menjadikan etika (akhlak) sebagai urat nadi dalam segala aspek kehidupan seorang Muslim. Terlebih lagi Islam mengajarkan ketinggian nilai etika tidak saja secara teoritis yang bersifat abstrak, namun juga yang bersifat aplikatif.<sup>10</sup> Seperti surat dibawah ini;

An-Nisaa : 29

---

<sup>8</sup> Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, ( Bandung : Alfabeta, 2009), h. 258.

<sup>9</sup> Ismail Nawawi, *Isu Nalar Ekonomi Islam* (Sidoarjo: Dwiputra Pustaka Jaya, 2013),381.

<sup>10</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis (menangkap spirit ajaran langit dan pesan moral ajaran bumi)*. (Jakarta : Penebar Plus, 2012), h. 31.

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

Artinya ; *"Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamemu dengan jalan yang bathil kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu".(QS. An-nisa:29)<sup>11</sup>*

Allah SWT melarang hamba-hamba-Nya yang mukmin memakan harta sesamanya dengan cara yang bathil dan cara mencari keuntungan yang tidak sah dan melanggar syari'at seperti riba, perjudian dan yang serupa dengan itu dari macam-macam tipu daya yang tampak seakan-akan sesuai dengan hukum syari'at tetapi Allah mengetahui bahwa apa yang dilakukan itu hanya suatu tipu muslihat dari sipelaku untuk menghindari ketentuan hukum yang telah digariskan oleh syari'at Allah. Allah mengecualikan dari larangan ini pencaharian harta dengan jalan perdagangan (perniagaan) yang dilakukan atas dasar suka sama suka oleh kedua belah pihak yang bersangkutan

Bagaimanapun perilaku mencerminkan akhlak (etika) seseorang. Atau dengan kata lain, perilaku berelasi dengan etika. Apabila seseorang tata pada etika, berkecenderungan akan menghasilkan perilaku yang baik dalam setiap aktivitas atau tindakannya, tanpa kecuali dalam aktivitas bisnis. Perlu disadari bagaimanapun dalam dunia usaha (bisnis) mau tidak mau akan muncul masalah- masalah etis itu sudah

---

<sup>11</sup> Department agama , RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, CV, Penerbit Diponegoro, Bandung, 2005, h. 30



barang tentu harus dicarikan jalan keluarnya, terlebih lagi secara realitas, dunia usaha di tanah air masih memandang etika bisnis sebagai sesuatu yang asing, yang sulit di tempatkan ke dalam dunia bisnis sehari- hari.

Perusahaan adalah organisasi atau badan yang bertujuan mendapatkan keuntungan (*profit oriented*). Keuntungan tersebut berasal dari masyarakat (mitra bisnis). Dan itulah sebabnya kepentingan pelanggan atau masyarakat juga harus diperhatikan oleh perusahaan.<sup>12</sup>

Di Indonesia, studi tentang masalah- masalah etis dalam bidang ekonomi dan bisnis sudah mulai banyak dilakukan para ahli, termasuk mereka yang mempunyai minat dibidang ekonomi syariah. Nilai SDM dalam berbisnis lebih ditekankan pada peningkatan mutu akhlaknya. Ia harus dapat memberikan nilai tambah (*value added*) bagi lingkungannya.

PT. Telekomunikasi lebih dikenal dengan sebutan TELKOM yang merupakan perusahaan penyelenggara jasa telepon lokal dan sambungan langsung jarak jauh (SLJJ). Industri telekomunikasi merupakan salah satu industri yang dinamis. Adanya konvergensi teknologi membuat telekomunikasi tidak dapat dilihat terpisah dari industri lain. Hal ini yang mendasari PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk mulai mengubah focus produk yang sebelumnya *single play* menjadi *triple play* dengan menawarkan IndiHome, yaitu layanan Internet, TV, dan telepon.

---

<sup>12</sup> Hasan Aedy, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam* ,(Bandung: Alfabeta, 2011), h. 91.

Perubahan focus produk yang dilakukan Telkom harus disikapi cepat oleh tenaga penjual di Telkom. Mereka harus mengetahui produk yang semakin kompleks. Tenaga penjual harus menguasai dan tahu cara menyampaikan pesan. Selain itu, Telkom pun melakukan perubahan dalam pengelolaan tenaga penjual awal. Saat ini, tenaga penjual di Telkom terdiri dari Avengers dan reguler. Avengers merupakan tenaga penjual yang sudah tersertifikasi dan memiliki kinerja penjualan yang baik. Nama Avengers memang terinspirasi dari film superhero asal Amerika.

Telkom berharap tenaga penjual Avengers dan reguler menjadi tenaga penjual yang tangguh untuk bersama-sama mencapai target penjualan tiga juta IndiHome tahun ini. Untuk mendukung tercapainya target tersebut, Telkom juga mengadakan program bernama *Society Leader*. Program ini mengajak konsumen Telkom menjadi penjual. Hal ini merupakan bagian dari *community marketing* Telkom. Bedanya dengan tenaga penjual Telkom, *Society Leader* tidak terikat dengan Telkom. Mereka akan mendapatkan poin yang bisa ditukarkan dengan berbagai hadiah, seperti paket liburan keluar negeri, ponsel pintar, TV, dan lain-lain.<sup>13</sup>

Tingkat persaingan dalam dunia usaha menuntut setiap perusahaan untuk lebih dapat mengunggulkan segala kemampuannya dalam memasarkan produk atau jasa yang ditawarkan. Setiap kegiatan tersebut memerlukan sebuah konsep pemasaran yang mendasar agar efektif dan efisien sesuai dengan orientasi perusahaan terhadap

---

<sup>13</sup>[www.telkom.co.id](http://www.telkom.co.id)

pasar.<sup>14</sup> konsep etika pemasaran Islam, yang berlandaskan pada al- Qur'an, tidak memperbolehkan praktik yang serampangan berdasarkan kehendak pelaku bisnis dan lebih mengedepankan asas maksimalisasi manfaat, ketimbang keuntungan.

Perlu disadari bagaimanapun dalam dunia usaha (bisnis) akan muncul masalah- masalah etis dan itu yang harus dicarikan jalan keluarnya. Terlebih lagi secara realitas, dunia usaha di tanah air masih memandang etika bisnis sebagai sesuatu yang asing, yang sulit ditempatkan ke dalam dunia bisnis sehari- hari.<sup>15</sup>

Dalam praktik bisnis ada beberapa nilai etika Islam yang dapat mendorong bertumbuhnya dan suksesnya bisnis yaitu konsep Iman, Islam dan Ihsan dalam bisnis. Aplikasi Iman dan Islam dalam kehidupan bisnis adalah Ihsan bisnis.<sup>16</sup>

Berdasarkan Latar Belakang yang telah dijelaskan di atas, maka penelitian ini diberi judul **“ANALISIS PENERAPAN LEADER SOCIETY RECRUITMENT UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DALAM PRESPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDY PADA PT. TELKOM TANJUNG KARANG CABANG LAMPUNG)”**.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan diatas maka permasalahan pokok dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

---

<sup>14</sup>Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*,(Bandung : Alfabeta, 2009 , h. 257.

<sup>15</sup>Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis (menangkap spirit ajaran langit dan pesan moral ajaran bumi)*. (Jakarta : Penebar Plus, 2012), h. 30.

<sup>16</sup> Ismail Nawawi, *Isu Nalar Ekonomi Islam*, (Sidoarjo :Dwiputra Pustaka Jaya, 2013), h. 421.

1. Bagaimana leader society recruitment dalam meningkatkan penjualan di PT. Telkom cabang Lampung ?
2. Bagaimana pandangan etika bisnis islam terhadap leader society recruitment PT. Telkom cabang Lampung?

### **E. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

1. Tujuan Penelitian
  - a. Mengetahui strategi penjualan/pemasaran pada PT. Telkom cabang Lampung.
  - b. Mengetahui implementasi Etika Bisnis Islam pada penjualan/pemasaran produk di PT. Telkom cabang Lampung.
  - c. Mengetahui pembudayaan nilai- nilai syariah pada penjualan/pemasaran di Bank PT. Telkom cabang Lampung.
2. Adapun manfaat dalam penelitian ini yang hendak dicapai antara lain :
  - a. Bagi Telkom, hasil penelitian ini untuk mengevaluasi pengembangan penjualan/pemasaran dan implementasi etika bisnis Islam, yang mana pada umumnya di dalam suatu perusahaan Telkom menggunakan strategi penjualan/pemasaran dan pembudayaan nilai- nilai etika . Dan secara strategis dapat digunakan sebagai strategi pemasaran bisnis pada perusahaan Telkom.
  - b. Bagi peneliti, hasil penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan pengalaman dalam menerapkan teori-teori yang didapat di bangku kuliah.

## F. Metode Penelitian

Metode adalah secara evaluasi, analisis dan selektif berbagai alternatif cara atau teknik. Metode ilmiah ialah cara menerapkan prinsip-prinsip logis terhadap penemuan, pengesahan, dan penjelasan. Metode penelitian merupakan subbagian perencanaan usulan penelitian. Rencana penelitian harus logis, diikuti unsur-unsur yang urut, konsisten dan operasional, menyangkut bagaimana penelitian tersebut akan dilakukan.<sup>17</sup>

### 1. Jenis dan Sifat Penelitian

#### a. Jenis Penelitian

Dilihat dari jenisnya maka penelitian ini termasuk penelitian lapangan (field research) yaitu penelitian yang dilakukan dalam kanchah yang sebenarnya.<sup>18</sup> Mengingat jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan, maka dalam pengumpulan data, peneliti menggali data-data yang bersumber dari lapangan. Namun karena penelitian ini pada akhirnya akan dianalisa, maka dalam prosesnya penelitian ini mengangkat data dan penerapan yang ada di Telkom yang berkenaan dengan ekonomi islam terhadap Leader Society Recrutmen di PT. Telkom.

#### b. Sifat Penelitian

Penelitian yang digunakan dalam penelitian skripsi inibersifat deskriptif analitik. Deskriptif adalah metode yang bertumpu pada pencarian fakta-fakta

<sup>17</sup> Suharto, Buana, dan Ari, *Perekayasaan Metodologi Penelitian*, Yogyakarta, 2004. h. 99.

<sup>18</sup> Kartono, Kartini, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, Maju Mundur, Bandung, 1996, h. 32.

dengan interpretasi yang tepat, sehingga gambaran dan pembahasan menjadi jelas dan gamblang. Sedangkan analitik adalah cara untuk menguraikan dan menganalisa data dengan cermat, tepat, terarah.<sup>19</sup> Dalam hal ini, pada umumnya penelitian deskriptif merupakan penelitian non hipotesis sehingga dalam langkah penelitiannya tidak perlu merumuskan hipotesis.<sup>20</sup> Berdasarkan pengertian tersebut, maka pengertian deskriptif yang peneliti maksudkan adalah penelitian yang menggambarkan bagaimana kinerja Leader Society Recruitment pada PT. Telkom menurut etika bisnis islam.

## 2. Sumber Data

Untuk menjawab persoalan yang dirumuskan dalam skripsi ini dibutuhkan data-data dalam melakukan penelitian. Pada bagian ini akan dijelaskan tentang hal-hal yang berkaitan dengan sumber data yang digunakan dalam penelitian yakni:

### a. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan peneliti langsung dari sumber utamanya.<sup>21</sup> Dalam hal ini, data primer diperoleh dari lapangan atau lokasi penelitian yakni di Telkom Tanjung Karang yang berkenaan dengan penerapan Leader Society Recruitment.

---

<sup>19</sup> M. Nazir, *Metode Penelitian*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1988, h. 63.

<sup>20</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian 'Suatu Pendekatan Praktik'*; PT Rineka Cipta, Jakarta, 1993, h. 208.

<sup>21</sup> Suharsim Arikunto, *Prosedur Penelitian*, Rineka Cipta Ilmu, Jakarta, 2002, h. 56.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut, sehingga lebih informatif jika digunakan.<sup>22</sup> Data sekunder yang diperoleh melalui perpustakaan mengenai pembahasan terkait, seperti dari buku-buku tentang recruitment dan Etika Bisnis Islam, dan sumber lainnya yang relevan dengan tema dalam penelitian ini.

### 3. Metode Pengumpulan Data

Dalam usaha menghimpun data di lokasi penelitian, penulis menggunakan beberapa metode sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi adalah studi yang sengaja dan sistematis tentang fenomena dan gejala psikis dengan jalan pengamatan dan pencatatan.<sup>23</sup> Metode ini penulis gunakan sebagai metode penunjang untuk membuktikan kebenaran data yang diperoleh dari observasi mengenai Etika Bisnis Islam terhadap Leader Society Recruitment.

Di dalam pelaksanaannya penulis menggunakan observasi sistematis, yaitu metode yang digunakan dengan cermat dari beberapa segi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti serta melakukan pendekatan seperlunya dari hasil pengamatan tersebut, penulis juga menggunakan metode non partisipasi,

---

<sup>22</sup>*Ibid*, h. 58.

<sup>23</sup> Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, Yayasan Penerbit-Psikologi UGM, Yogyakarta, 993, h. 30.

dimana penulis mengamati, mencatat data yang dibutuhkan dari lokasi penelitian, tetapi tidak ambil bagian di dalamnya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

b. Interview

Yaitu suatu bentuk komunikasi verbal atau semacam percakapan yang memerlukan kemampuan responden untuk merumuskan buah pikiran atau perannya dengan tepat.<sup>24</sup>

Penulis menggunakan metode ini sebagai metode pokok dalam memperoleh data dari lokasi penelitian, terutama yang berkaitan dengan Penerapan Leader Society Recruitment pada PT. Telkom Cabang Lampung Menurut Etika Bisnis Islam.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data melalui penginggalan tertulis berupa arsip-arsip dan juga termasuk buku-buku tentang teori-teori, pendapat, dalil atau hukum-hukum dan sebagainya yang berhubungan dengan masalah penyelidikan.<sup>25</sup> Adapun pelaksanaan metode ini adalah dengan mencatat data yang ada pada dokumen-dokumen, buku pedoman dan arsip yang ada di PT. Telkom.

---

<sup>24</sup> Nasution, *Opp, Cit*, h. 115.

<sup>25</sup> Prof Dr Sugiono, *Opp. Cit*, Bandung, 2013, h. 215



#### 4. Metode Pengolahan Data

Setelah penulis mengadakan penelitian kemudian data yang sudah terkumpul akan dianalisis, sebagaimana data tersebut diperoleh baik melalui dokumen maupun pertanyaan akan dianalisis dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Editing adalah pengecekan data dan bahasa.
- b. Klasifikasi adalah penggolongan data-data sesuai dengan jenis dan penggolongannya setelah diadakan pengecekan.
- c. Tabulasi adalah memasukan data kedalam tabel tabulasi setelah diklasifikasi dan dihitung persentasenya.
- d. Interpretasi yaitu memberikan penafsiran terhadap hasil observasi sehingga memudahkan penulis untuk menganalisa dan menarik kesimpulan.
- e. Analisa data merupakan upaya untuk mencari dan menata secara sistematis catatan hasil penelitian, interview dan sebagainya untuk meningkatkan pemahaman penelitian tentang kasus yang diteliti dan menyajikan sebagai temuan orang lain.

#### 5. Teknik Analisa Data

Untuk menganalisis data penulis menggunakan menggunakan analisis kualitatif, dengan pendekatan berfikir induktif. Metode induktif yaitu suatu cara berfikir yang berangkat dari fakta-fakta khusus, peristiwa yang khusus yang kongkrit kemudian dari fakta-fakta itu ditarik generalisasi yang bersifat

umum.<sup>26</sup> Maksud penulis adalah dengan menggunakan metode induktif penulis mula-mula menggunakan literatur buku tentang peran manajemen untuk meneliti tentang manajemen dalam menangani pembiayaan dan setelah itu disesuaikan dengan praktek di lapangan, kemudian penulis menarik kesimpulan yang masih bersifat umum. Dalam hal ini mengadakan penelitian.



---

<sup>26</sup>*Opp.Cit*, h. 156

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Leader Society

##### 1. Pengertian Leader Society

Untuk mempermudah memahami kajian dalam mata kuliah kepemimpinan, diperlukan pemahaman tentang definisi judul mata kuliah. Secara *etimologi* (ilmu asal kata), kepemimpinan berasal dari kata pimpin (*lead*) dengan mendapat awalan memimpin (*to lead*) yang berarti; menuntun, menunjukkan jalan, dan membimbing. Juga, berasal dari kata pemimpin (*leader*) yang berarti mempelopori, berjalan dimuka, menuntun, membimbing, mendorong dan menggerakkan. Dengan kata lain, kata memimpin menunjukkan suatu pekerjaan seseorang, sedangkan kata pemimpin menunjukkan subyek atau orang yang melakukan suatu pekerjaan. Berarti, keduanya, baik memimpin maupun pemimpin dapat diartikan; orang yang mempelopori, berjalan dimuka, menuntun, membimbing, mendorong dan menggerakkan orang lain. Kata pemimpin mendapat awalan ke- dan mendapat akhiran -an, maka muncul kata kepemimpinan (*leadership*) yang menunjukkan pada semua aspek pekerjaan seorang pemimpin. Sedangkan kata sosial pada ilmu-ilmu sosial atau *society* menunjuk pada obyeknya, yaitu masyarakat.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>Soerjono Suekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: Rajawali Pers, 1987), Cet.ke-8, h. 11

Jadi, kepemimpinan Sosial adalah suatu proses mempengaruhi antara pemimpin dengan yang dipimpin dalam sebuah organisasi atau lembaga kemasyarakatan untuk mencapai suatu tujuan bersama dengan cara yang Islami dan manusiawi.<sup>2</sup>

## 2. Istilah-Istilah Leader Society

Kata kepemimpinan dalam lisanul Islam disamakan dengan kata *Imamah* dan *Khalifah*. *Imamah* lazim dipakai oleh mazhab *Syi'ah* dan kata *Khalifah* dipakai oleh mazhab *Ahlu Sunnah*. Para ulama dan pemikir Islam memberikan pengertian kepemimpinan dalam konteks *imamah* dan *khilafah*, diantaranya sebagai berikut:

Artinya :”*Imamah* adalah kedudukan atau lembaga yang dibentuk untuk menggantikan fungsi kenabian dalam memelihara agama dan mengatur urusan dunia.”<sup>3</sup>

Sedangkan pengertian *khilafah* menurut Ibrahim Hasan,

Artinya: “*Khilafah* adalah bentuk kekuasaan yang umum dalam urusan agama dan dunia sebagai pengganti Nabi SAW.”<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup>Arifin, *Psikologi Dakwah Suatu Pengantar Studi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1993), cet. Ke. 2, h. 90

<sup>3</sup> Al- Mawardi, *Al-Ahkam al-Sulthaniyah*, dar al-Kitab, Beirut Libanon, tt. h. 5

<sup>4</sup> Ibrahim Hasan, *Tarikh al-Islam al-Siyasi*, Juz I, maktab an-Nahdah al-Misriyah, 1979, h. 438

Menurut Ibnu Khaldun. Khilafah adalah suatu tanggung jawab umum yang dikehendaki oleh peraturan syari'at untuk mewujudkan kemaslahatan dunia dan akherat bagi umat, dengan menunjuk kepadanya.

Sedangkan kata pemimpin dalam Islam digunakan istilah imam dan khalifah, yaitu orang yang dapat memberikan petunjuk yang baik atau menyesatkan. Kata Imam diperuntukkan bagi al-Qur'an, karena ia sebagai imam atau pedoman bagi umat Islam. Juga dapat digunakan bagi Rosululloh SAW, karena beliau adalah pemimpin dari pemimpin yang sunnahnya diikuti oleh seluruh pemimpin. Dan, kata khalifah telah digunakan dan dipraktekkan di masa kekhalifahan 4 (Abu bakar, Umar, Utsman, dan Ali) dengan sebutan khalifah bagi pemimpinnya.

Dalam Islam juga biasa menggunakan istilah *Ulil Amri* dan *Rain*. Al-Marghi dan Muhammad Syalthout yang dikutip oleh Imam Mujiono, mengartikan Ulil Amri sebagai ulama, cendikiawan, pemimpin militer atau tokoh-tokoh-tokoh masyarakat yang menjadi tumpuan bagi umat, menerima kepercayaan atau amanat dari anggota masyarakat. Sedangkan Muhammad Syalthout mengartikannya sebagai orang-orang serdik pandai yang dikenal oleh umat sebagai orang yang ahli dalam berbagai bidang serta mengerti kepentingan umatnya. Sedangkan kata rain berarti pengembala, pengelola dan pemimpin.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Imam Muedjiono, *Pemimpin dan Kepemimpinan*, (Yogyakarta: UII Press, 2002), cet. Ke-1, h. 10-11

### 3. Tujuan Leader Society

1. Merupakan sarana untuk mencapai tujuan. Dengan melihat apakah tercapainya tujuan atau tidak, maka seseorang bisa disebut Pemimpin besar atau justru Pecundang.
2. Tujuan Kepemimpinan adalah membantu orang untuk menegakkan kembali, mempertahankan, dan meningkatkan motivasi mereka. Jadi Pemimpin adalah orang yang membantu orang lain untuk memperoleh hasil – hasil yang diinginkan.

### 4. Tugas Leader Society

Menurut James A.F Stonen, tugas utama seorang pemimpin adalah:

- a. Pemimpin bekerja dengan orang lain : Seorang pemimpin bertanggung jawab untuk bekerja dengan orang lain, salah satu dengan atasannya, staf, teman sekerja atau atasan lain dalam organisasi sebaik orang diluar organisasi.
- b. Pemimpin adalah tanggung jawab dan mempertanggungjawabkan (akontabilitas):  
  
Seorang pemimpin bertanggungjawab untuk menyusun tugas menjalankan tugas,  
  
mengadakan evaluasi, untuk mencapai outcome yang terbaik. Pemimpin bertanggung jawab untuk kesuksesan stafnya tanpa kegagalan.

- c. Pemimpin menyeimbangkan pencapaian tujuan dan prioritas : Proses kepemimpinan dibatasi sumber, jadi pemimpin hanya dapat menyusun tugas dengan mendahulukan prioritas. Dalam upaya pencapaian tujuan pemimpin harus dapat mendelegasikan tugas- tugasnya kepada staf. Kemudian pemimpin harus dapat mengatur waktu secara efektif,dan menyelesaikan masalah secara efektif.
- d. Pemimpin harus berpikir secara analitis dan konseptual : Seorang pemimpin harus menjadi seorang pemikir yang analitis dan konseptual. Selanjutnya dapat mengidentifikasi masalah dengan akurat. Pemimpin harus dapat menguraikan seluruh pekerjaan menjadf lebih jelas dan kaitannya dengan pekerjaan lain.
- e. Manajer adalah forcing mediator : Konflik selalu terjadi pada setiap tim dan organisasi. Oleh karena itu, pemimpin harus dapat menjadi seorang mediator (penengah).
- f. Pemimpin adalah politisi dan diplomat: Seorang pemimpin harus mampu mengajak dan melakukan kompromi. Sebagai seorang diplomat, seorang pemimpin harus dapat mewakili tim atau organisasinya.

- g. Pemimpin membuat keputusan yang sulit : Seorang pemimpin harus dapat memecahkan masalah.

Dalam nash al-Qur'an maupun Hadts menunjukkan tentang siapa pemimpin, tugas dan tanggung jawabnya, maupun mengenai sifat-sifat dan perlaku yang harus dimiliki seorang pemimpin.

Firman Allah dalam Q.S. Al-Baqarar : 30

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ

Artinya : *Ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada para malaikat: "Sesungguhnya Aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi". Mereka berkata: "Mengapa Engkau hendak menjadikan (khalifah) di bumi itu orang yang akan membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah, padahal kami senantiasa bertasbih dengan memuji Engkau dan mensucikan Engkau?" Tuhan berfirman: "Sesungguhnya Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui". (Q.S. Al-Baqararh: 30).<sup>6</sup>*

Pada ayat tersebut jelas, bahwa manusia adalah pemangku kepemimpinan di muka bumi, sehingga Allah memerintahkan semua ciptaannya untuk patuh dan taat, bahkan Malaikatpun diperintahkan untuk tunduk pada manusia (Adam).

Lebih lanjut Al-Qur'an dalam Q.S. an-Nisa : 30 menerangkan bahwa pemimpin diPersyaratkan seorang laki-laki karena memiliki beberapa kelebihan sebagaimana Allah telah berikan.

<sup>6</sup> Departemen Agama, RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, CV, Penerbit Diponegoro, Bandung, 2005, h. 115



الرِّجَالُ قَوَّامُونَ عَلَى النِّسَاءِ بِمَا فَضَّلَ اللَّهُ بَعْضَهُمْ عَلَى  
بَعْضٍ وَبِمَا أَنْفَقُوا مِنْ أَمْوَالِهِمْ فَالصَّالِحَاتُ قَانِتَاتٌ حَافِظَاتٌ  
لِّلْغَيْبِ بِمَا حَفِظَ اللَّهُ وَاللَّاتِي تَخَافُونَ نُشُوزَهُنَّ فَعِظُوهُنَّ  
وَاهْجُرُوهُنَّ فِي الْمَضَاجِعِ وَاضْرِبُوهُنَّ فَإِنْ أَطَعْنَكُمْ فَلَا تَبْغُوا  
عَلَيْهِنَّ سَبِيلًا إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلِيمًا كَبِيرًا

Artinya : Kaum laki-laki itu adalah pemimpin bagi kaum wanita, oleh karena Allah telah melebihkan sebahagian mereka (laki-laki) atas sebahagian yang lain (wanita), dan karena mereka (laki-laki) telah menafkahkan sebagian dari harta mereka. Sebab itu maka wanita yang saleh, ialah yang ta'at kepada Allah lagi memelihara diri ketika suaminya tidak ada, oleh karena Allah telah memelihara (mereka). Wanita-wanita yang kamu khawatirkan nusyuznya, maka nasehatilah mereka dan pisahkanlah mereka di tempat tidur mereka, dan pukullah mereka. Kemudian jika mereka menta'atimu, maka janganlah kamu mencari-cari jalan untuk menyusahkannya. Sesungguhnya Allah Maha Tinggi lagi Maha Besar. (Q.S. An-Nisa : 30)<sup>7</sup>

Kemudian tugas seorang pemimpin harus mampu membawa di bawah kepemimpinannya untuk meninggalkan sesuatu yang dapat membawa bencana, baik di dunia maupun diakhirat, singkatnya seorang pemimpin harus dapat mengendalikan kepemimpinannya untuk selalu taat pada Allah.

Firman Allah

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا قُوا أَنْفُسَكُمْ وَأَهْلِيكُمْ نَارًا

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, peliharalah dirimu dan keluargamu dari api neraka (Q.S. Al-Tahrim : 6)<sup>8</sup>

Menurut Henry Mintzberg, Peran Pemimpin adalah :

<sup>7</sup> Ibid, h. 32

<sup>8</sup> Ibid, h. 129

- a) Peran hubungan antar perorangan, dalam kasus ini fungsinya sebagai pemimpin yang dicontoh, pembangun tim, pelatih, direktur, mentor konsultasi.
- b) Fungsi Peran informal sebagai monitor, penyebar informasi dan juru bicara.
- c) Peran Pembuat keputusan, berfungsi sebagai pengusaha, penanganan gangguan, sumber alokasi, dan negosiator.<sup>9</sup>

### 5. Prinsip-Prinsip Dasar Leader Society

Karakteristik seorang pemimpin didasarkan kepada prinsip-prinsip (Stephen R. Coney) sebagai berikut:

- a. Seorang yang belajar seumur hidup : Tidak hanya melalui pendidikan formal, tetapi juga diluar sekolah. Contohnya, belajar melalui membaca, menulis, observasi, dan mendengar. Mempunyai pengalaman yang baik maupun yang buruk sebagai sumber belajar.
- b. Berorientasi pada pelayanan : Seorang pemimpin tidak dilayani tetapi melayani, sebab prinsip pemimpin dengan prinsip melayani berdasarkan karir sebagai tujuan utama. Dalam memberi pelayanan, pemimpin seharusnya lebih berprinsip pada pelayanan yang baik.

---

<sup>9</sup> Erlangga.Thoha, Miftah. 1983. *Kepemimpinan dalam Manajemen*. Jakarta: Rajawali Pers. h.

c. Membawa energi yang positif : Setiap orang mempunyai energi dan semangat. Menggunakan energi yang positif didasarkan pada keikhlasan dan keinginan mendukung kesuksesan orang lain. Untuk itu dibutuhkan energi positif untuk membangun hubungan baik. Seorang pemimpin harus dapat dan mau bekerja untuk jangka waktu yang lama dan kondisi tidak ditentukan. Oleh karena itu, seorang pemimpin harus dapat menunjukkan energi yang positif, seperti;

a) Percaya pada orang lain : Seorang pemimpin mempercayai orang lain termasuk staf bawahannya, sehingga mereka mempunyai motivasi dan mempertahankan pekerjaan yang baik. Oleh karena itu, kepercayaan harus diikuti dengan kepedulian.

b) Keseimbangan dalam kehidupan : Seorang pemimpin harus dapat menyeimbangkan tugasnya. Berorientasi kepada prinsip kemanusiaan dan keseimbangan diri antara kerja dan olah raga, istirahat dan rekreasi. Keseimbangan juga berarti seimbang antara kehidupan dunia dan akherat.

c) Melihat kehidupan sebagai tantangan : Kata 'tantangan' sering diinterpretasikan negatif. Dalam hal ini tantangan berarti kemampuan untuk menikmati hidup dan segala konsekuensinya. Sebab kehidupan

adalah suatu tantangan yang dibutuhkan, mempunyai rasa aman yang datang dari dalam diri sendiri. Rasa aman tergantung pada inisiatif, ketrampilan, kreatifitas, kemauan, keberanian, dinamisasi dan kebebasan.

- d) Sinergi : Orang yang berprinsip senantiasa hidup dalam sinergi dan satu katalis perubahan, Mereka selalu mengatasi kelemahannya sendiri dan lainnya. Sinergi adalah kerja kelompok dan memberi keuntungan kedua belah pihak. Menurut The New Brolier Webster International Dictionary, Sinergi adalah satu kerja kelompok, yang mana memberi hasil lebih efektif dari pada bekerja secara perorangan. Seorang pemimpin harus dapat bersinergis dengan setiap orang, atasan, staf, teman sekerja.

Latihan mengembangkan diri sendiri : Seorang pemimpin harus dapat memperbaharui diri sendiri untuk mencapai keberhasilan yang tinggi. Jadi dia tidak hanya berorientasi pada proses. Proses dalam mengembangkan diri terdiri dari beberapa komponen yang berhubungan dengan:

- 1) pemahaman materi;
- 2) memperluas materi melalui belajar dan pengalaman;
- 3) mengajar materi kepada orang lain;
- 4) mengaplikasikan prinsip-prinsip;
- 5) memonitoring hasil;
- 6) merefleksikan kepada hasil;

- 7) menambahkan pengetahuan baru yang diperlukan materi;
- 8) pemahaman baru; dan
- 9) kembali menjadi diri sendiri lagi. <sup>10</sup>

## **B. Recruitment**

### **1. Pengertian Recruitment**

Rekrutmen adalah proses mencari, menemukan, mengajak dan menetapkan sejumlah orang dari dalam maupun dari luar perusahaan sebagai calon tenaga kerja dengan karakteristik tertentu seperti yang telah ditetapkan dalam perencanaan sumber daya manusia. Hasil yang didapatkan dari proses rekrutmen adalah sejumlah tenaga kerja yang akan memasuki proses seleksi, yakni proses untuk menentukan kandidat yang mana yang paling layak untuk mengisi jabatan tertentu yang tersedia di perusahaan.<sup>11</sup>

### **1. Kriteria Recruitment**

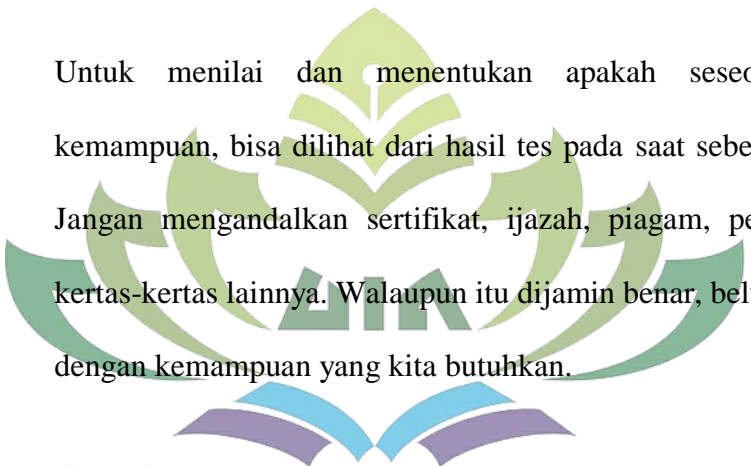
#### **1. Capability**

---

<sup>10</sup> Rosdakarya. Robbins, Stephen P. 2002. *Prinsip-prinsip Perilaku Organisasi*. Jakarta. h. 11-12

<sup>11</sup> Sutrisno, Edy. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia. Cet. 2*. Kencana; Jakarta. h. 46

Yaitu<sup>12</sup> kemampuan dasar yang dibutuhkan untuk melakukan pekerjaannya. Biasanya berkaitan dengan kemampuan nalar, kecerdasan, berfikir sistematis. Seseorang disebut capable, atau memiliki kemampuan jika memiliki tingkat kecerdasan minimal yg di butuhkan. Capability juga mensyaratkan adanya skill atau keahlian dalam melakukan pekerjaan. Tanpa kemampuan dasar ini, calon karyawan tidak akan mampu melakukan pekerjaannya.



Untuk menilai dan menentukan apakah seseorang memiliki kemampuan, bisa dilihat dari hasil tes pada saat sebelum wawancara. Jangan mengandalkan sertifikat, ijazah, piagam, penghargaan atau kertas-kertas lainnya. Walaupun itu dijamin benar, belum tentu relavan dengan kemampuan yang kita butuhkan.

## 2. Capacity

Kapasitas maksimum atau potensi kemampuan seseorang yang ditujukan dengan keahlian memecahkan masalah (*problem solving skill*) mengerjakan beban kerja yang berat, mengatasi stress akibat pekerjaan, membuar ptioritas/jadwal dan sebagainya. Capacity ini menunjukkan apakah kualitas seorang calon karyawan itu memungkinkan untuk ditingkatkan atau tidak.

---

12 Rivai. 2003. *Kepemimpinan Dan Prilaku Organisasi*. PT. Raja Grafindo Husada.

Untuk menilai dan menentukan apakah seseorang memiliki kapasitas yang tinggi, berikan beban kerja yang tinggi dengan deadline. Waktu yang terbatas akan menjadi penyebab stress dalam melakukan pekerjaan. Mereka yang memiliki kapasitas yang besar, tidak mudah akan cepat stress dan menurun kualitas kerjanya.

### 3. Creativity

stress ketika diberikan tugas yang lebih berat dan deadline yang mepet,

Kreatifitas ditunjukkan dalam kemampuan memecahkan masalah diluar kelaziman sehingga menjadi lebih efektif, lebih efisien, lebih cepat, lebih menguntungkan. Mereka yang memiliki kreatifitas tinggi biasanya mampu berfikir diluar dugaan orang banyak. bisa menemukan perspektif, cara pandang baru yang membuat pekerjaan jadi lebih efektif, lebih mudah, lebih efisien.

### 4. Character

Karakter yaitu watak dasar manusia yang ditunjukkan dalam perilaku sehari-hari, sikap, sopan santun, kemampuan mengendalikan emosi, dan bagaimana merespon sebuah kejadian. Untuk menilai watak dasar manusia ini diperlukan tes seperti IMBT (*Myers Briggs Type Indicator*) atau DISC. Tes ini dapat menunjukkan bagaimana watak

dasar seseorang dilihat pada kondisi normal dan dalam penuh tekanan. hasilnya diplot menjadi peta karakter atau personality profile.

Dari peta karakter yang dihasilkan, kita bisa meramalkan apakah seseorang cocok untuk melakukan pekerjaan tertentu dengan cara membandingkannya dengan job profile dari pekerjaannya. orang yang karakternya teliti dan analitik cocok jadi programmer. Orang yang karakternya stabil cocok untuk melakukan pekerjaan-pekerjaan yang rutin. Sebaliknya, orang yang teliti tidak cocok ditempatkan jadi sales atau marketing, sebab didunia sales dan marketing butuh orang yg berorientasi pada perasaan orang lain. Orang yang stabil tidak cocok ditempatkan dalam posisi pengambil keputusan.

## **5. Credibility**

Kredibilitas ditunjukkan melalui kejujuran, integritas sehingga calon karyawan dapat dipercaya, dapat diandalkan untuk memikul tanggung jawabnya dengan benar. Tanpa kredibilitas tersebut, perusahaan tidak percaya kepadanya, kredibilitas ini bisa terjamin dari perilaku dimasa lalu. Track record menjadi sangat penting di level ini. Sekali lancug keujian, seumur hidup orang tidak percaya.

## **6. Commitment**



Komitmen ditunjukkan melalui kesungguhan dalam menyelesaikan tugas, walaupun dalam kondisi yang sulit atau tidak menguntungkan. Rasa tanggung jawab ini jauh lebih bernilai ketimbang skill, kapasitas passion dan sebagainya. Jika orang hanya bermodal passion atau gairah, namun tidak memiliki komitmen maka ia hanya mau melakukan pekerjaan yang disukainya. Jika ia menghadapi situasi yang tidak menguntungkan atau harus melakukan pekerjaan yang tidak disukainya, ia akan pergi meninggalkan perusahaan. Itulah sebabnya komitmen ini hanya bisa terlihat pada saat perusahaan dalam kondisi sulit atau sedang menghadapi masalah.

## 7. Compatibility

Kompatibilitas ditunjukkan dalam kepatuhan, kecocokan dalam budaya perusahaan, dapat bekerja sama dengan tim dan rekan kerja, dapat bergaul dengan orang atau lingkungan sekitarnya. *Core Values* atau budaya inti menjadi penting disini sebab itu menjadi kompas atau panduan apakah seseorang masih cocok bekerja dengan kita atau tidak. Misalnya, PT. Sadiloka melarang segala bentuk pemberian, maka mereka yang memandang tips itu sebagai rejeki akan bermasalah dan merasa tidak nyaman.

## C. Penjualan

## 1. Pengertian Penjualan

Menurut Suryana, Penjualan berarti penyajian barang konsumen menjadi tertarik dan melakukan pembelian. Penjualan dapat dilakukan dengan cara: langsung mendatangi konsumen, menunggu kedatangan konsumen, melayani pesanan dan kontrak produksi. Agar pembeli tertarik dan membeli.<sup>13</sup>

Sedangkan konsep penjualan menurut Kotler yaitu keyakinan bahwa para konsumen dan perusahaan bisnis jika dibiarkan tidak akan secara teratur membeli cukup banyak-banyak produk yang ditawarkan oleh organisasi tertentu. Oleh karena itu, organisasi tersebut harus melakukan usaha penjualan dan promosi yang agresif.<sup>14</sup>

Pada konsep ini manajemen berorientasi pada produk dan volume penjualan yang tinggi. Tugas manajemen adalah meningkatkan volume penjualan karena manajemen beranggapan bahwa perusahaan perlu mengadakan kegiatan penjualan dan promosi yang gencar. Konsep ini mengandung 3 (tiga) dasar pokok:

1. Perencanaan dan operasional berorientasi pada produksi dan volume penjualan yang tinggi
2. Alat yang dipergunakan untuk meningkatkan penjualan adalah promosi yang gencar

---

<sup>13</sup> Suryana, *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*, Salemba Empat, Jakarta, 2006, h. 155-156

<sup>14</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, jilid 1, Erlangga, Jakarta, 2007, h. 18

3. Tujuan akhir adalah memenuhi/mencapai tujuan perusahaan (laba) dengan mengushakan volume penjualan semaksimal mungkin.<sup>15</sup>

Berdasarkan teori tersebut , dapat disimpulkan bahwa pengertian penjualan adalah suatu kegiatan untuk menyalurkan barang yang dihasilkan oleh suatu perusahaan kepada konsumen atau pembeli melalui promosi yang bersifat mempengaruhi konsumen tersebut hingga barang tersebut sampai terjual dan dibeli oleh konsumen.

Tingkat penjualan adalah besarnya usaha yang dilakukan oleh ,manusia untuk menyampaikan barang kebutuhan atau hasil produk dari perusahaan, yang dilaksanakan oleh manusia tersebut kepada mereka yang memerlukan barang dari imblan berupa uang dalam satuan unit

## **2. Factor-faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan;**

Mengemukakan factor-faktor yang mempengaruhi penjualan adalah sebagai berikut:<sup>16</sup>

- a. Kondisi dan kemampuan penjual

---

<sup>15</sup> Iwang Bayu Ardiyansayh, Imam Suyadi dan Edy Yulianto, " Upaya Peningkatan Volume Penjualan Sepeda Motor Yamaha Melalui Periklanan (Studi Pada Dealer Sepeda Motor Yamaha Pagora Jaya Tulungagung)", *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang, Vol, 15, No. 1 Oktober 2014, h. 4

<sup>16</sup> Basu Swasta dan Iraw;an 2006, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta

Penjual harus dapat meyakinkan kepada pembelinya agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan. Untuk maksud tersebut penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan, yaitu:

1. Jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan
2. Harga produk
3. Syarat penjualan, seperti: pembayaran, pengiriman, garansi, dan sebagainya

Masalah-masalah tersebut biasanya menjadi pusat perhatian pembeli sebelum melakukan pembeliannya. Selain itu, manajer perlu memperhatikan jumlah serta sifat-sifat tenaga penjual yang baik hal ini diperlukan untuk menghindari timbulnya rasa kecewa pada para pembeli dan pembeliannya. Adapun sifat-sifat yang perlu dimiliki oleh seorang penjual yang baik antara lain: sopan, pandai bergaul, pandai bicara, mempunyai kepribadian yang menarik, sehat jasmani, jujur, mengetahui cara-cara penjual, dan sebagainya.

b. Kondisi pasar

Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, dapat pula mempengaruhi kerugian penjualannya. Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan, yaitu:

1. Jenis pasarnya
2. Kelompok pembeli atau sekmen pasarnya
3. Daya belinya
4. Frekuensi pembeliannya
5. Keinginan dan kebutuhannya

c. Modal

Akan lebih sulit bagi perusahaan untuk menjual barangnya apabila barang yang dijual tersebut belum dikenal oleh calon pembeli. Dalam keadaan seperti ini, perusahaan harus memperkenalkan dulu barangnya, salah satu caranya yaitu dengan *advertising*. Untuk melaksanakan maksud tersebut perusahaan membutuhkan modal, karna hal tersebut hanya dapat dilakukan apabila perusahaan mempunyai modal yang cukup.

d. Kondisi organisasi perusahaan

Pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri (bagian penjualan) yang dipegang orang-orang tertentu/ahli dibidang penjualan. Lain halnya dengan perusahaan kecil, dimana masalah penjualan ditangani oleh orang yang juga melakukan fungsi-fungsi lain. Hal ini disebabkan karna jumlah tenaga kerjanya lebih sedikit, system organisasinya lebih sederhana, masalah-msalah yang dihadapi, serta sasaran

yang dimilikinya juga tidak sekompleks perusahaan besar. Biasanya, masalah penjualan ini ditangani sendiri oleh pimpina dan tidak diberikan kepada orang lain.

e. Factor lain

Factor-faktor lain, seperti: periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah, sering mempengaruhi penjualan. Namun untuk melaksanaka diperlukan sejumlah dana yang tidak sedikit. Bagi perusahaan yang bermodal kuat kegiatan ini secara rutin dapat dilakukan. Sedangkan bagi perusahaan kecil yang mempunyai modal relative kecil kegiatan ini lebih jarang dilakukan.<sup>17</sup>

## D. Etika Bisnis Islam

### 1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika dapat didefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dan buruk. Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normative karna iya berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan oleh seorang individu.<sup>18</sup>

Pengertian etika menurut etimologi berasal dari bahasa Yunani adalah “*ethos*”, yang berarti watak kesusilaan atau adat kebiasaan. Etika biasanya berkaitan

<sup>17</sup> Rina Rachmawati, Jurnal Kompetensi Teknik, Vol. 2, No.2, Jurusan Teknologi Jasa dan Produksi, FT, Universitas Negeri Semarang, Mei 2011, h. 148

<sup>18</sup> Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islam*, PUSTAKA PELAJAR, Yogyakarta, 2004, h. 3

erat dengan perkataan moral yang merupakan istilah 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 tindakan hal-hal yang buruk. Etika dan moral lebih kurang sama pentingnya, yaitu moral atau moralitas untuk penelitian penjualan yang dilakukan, sedangkan etika adalah untuk pengkajian system nilai-nilai yang berlaku.<sup>19</sup>

Etika dalam bahasa inggris berasal dari kata *ethies* yang berarti tata susila pula, sedangkan moral berasal dari kaat *mores* yang berarti kebiasn (*habit*) atau “*custom*”. Namun sering digunakan secara bergantian. Yang pasti etika adalah prilaku dalam arti yang lebih praktis atau praktiknya moral. Sedangkan moral adalah sumber etika, dalam pengertian praktis maupun atau apa yang seharusnya. Karna itu etika mempunyai makna yang lebih luas sebagai berikut:

- a. Etika berarti cara pandang terhadap baik dan buruk
- b. Etika berarti pila ilmu yang mempertimbangkan perbuatan manusia apakah baik atau buruk
- c. Bahkan etika berarti pula nilai-nilai kebaikan yang bersifat universal.<sup>20</sup>

Etika adalah ilmu yang berisi Patoka-patokan mengenai apa-apa yang benar atau salah, baik atau buruk, yang bermanfaat atau tidak bermanfaat.<sup>21</sup> Sedangkan, bisnis

---

<sup>19</sup> Taha Jabir Al-Alwani, *Bisnis Islam*, AK Group, Yogyakarta, 2005, h. 4

<sup>20</sup> Hasan Aedy, *Etika Bisnis Islam*, Alfabeta, Bandung, 2011, h. 24-25

bias dimaknai sebagai sejumlah total usaha yang meliputi pertanian, produksi, konstruksi, distribusi, transportasi, komunikasi, usaha jasa dan pemerintahan yang bergerak dalam hal yang memasarkan barang dan jasa terhadap konsumen. Pada dasarnya, suatu kata bisnis merupakan istilah yang sering kali di tekankan pada 3(tiga) hal yang mencakup:

- a. Usaha perseorangan secara kecil-kecilan
- b. Usaha besar seperti pabrik, transport, surat kabar, hotel, dan lain-lain
- c. Usaha dalam bidang struktur ekonomi suatu bangsa dan Negara<sup>22</sup>

Etika dalam islam menyakut norma dan tuntunan atau ajaran yang mengatur system kehidupan individu atau lembaga (*corporate*) kelompok (lembaga atau *corporate*) dan masyarakat dalam interaksi hidup antar individu, antar keompok atau masyarakat dan konteks bermasyarakat maupun dalam konteks hubungan dengan Allah dan lingkungan.<sup>23</sup>

Bisnis adalah sebuah aktivitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyeraha jasa, penyerahaan jasa, perdangan atau, pengelolaan barang (produksi).<sup>24</sup> Bisnis merupakan segala bentuk kegiatan yang dilakukan dengan produksi, menyalurkan, memasarkan barang dan jasa yang diperlukan oleh manusia

---

<sup>21</sup> Muhammad dan Alimin, *Etika Perlindungan Konsumen dan Ekonomi Islam*, BPFE, Yogyakarta, 2004, h. 61

<sup>22</sup> Zen Abdurahman, *Strategi Genius Marketing Ala Rosulullah*, DIVA Press, Jogjakarta, 2011, h. 11-12

<sup>23</sup> Muslich, *Etika Bisnis Islam*, EKONOSIA, Yogyakarta, 2004, h. 25

<sup>24</sup> Muhammad Alimin, *Op.Cit*, h. 56



baik dengan cara berdagang maupun bentuk lain dan tidak hanya mengejar laba (*profit oriented-social oriented*).<sup>25</sup> Etika bisnis adalah etika yang menyakuti tata pergaulan didalam kegiatan-kegiatan bisnis.<sup>26</sup>

Bisnis islami diartikan sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan harta (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dengan cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram).

Beberapa pengertian etika dan bisnis yang telah di kemukakan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pengertian etika bisnis dalam islam adalah segala tindakan atau aktivitas bisnis yang dilakukan manusia dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya, harus dilakukan berdasarkan syariat islam untuk memperoleh kebaikan didunia dan diakhirat serta mendapatkan keridhoan dan keberkahan dari Allah SWT. Sesuai dengan firman Allah SWT dalam QS. An-Nisa ayat 29 berikut:

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

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, jangan lah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-sama diantara kamu.*

<sup>25</sup> Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, Alfabet, Bandung, 2013, h. 31

<sup>26</sup> Pandji Anoraga, *Op.Chit*, h. 113

*Dan jangan lah kamu membunuh dirimu: sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.*<sup>27</sup>

Allah SWT melarang hamba-hamba-Nya yang mukmin memakan harta sesamanya dengan cara yang bathil dan cara mencari keuntungan yang tidak sah dan melanggar syariat seperti riba, perjudian dan yang serupa dengan itu dari macam-macam tipu daya yang tampak seakan-akan sesuai dengan hokum syariat tetapi Allah mengetahui bahwa apa yang dilakukan itu hanya suatu tipu muslihat dari sipelaku untuk menghindari dari ketentuan hokum yang telah digariskan oleh syariat Allah. Allah mengecualikan dari larangan ini drai pencarian hartadengan jalan perdagangan (perniagaan) yang dilakukan atas dasar suka sama suka oleh kedua belah pihak yang berangkat.

## 2. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam

### a. Quran

Islam merupakan agama yang komprehensif, dimana semua tindakan memiliki landasan dan pedoman yang terkandung didalam Al-Quran dan As-Sunnah atau Hadist. Dalam melakukan segala aktivitas, baik yang berhubungan dengan Allah SWT sebagai *Khalik* juga berhubungan baik dengan sesame manusia hendaklah dilakukan dengan yang bernilai amal shaleh termasuk dalam berindustri, berekonomi berbisni atau bermuamalah. Semua aktivitas tersebut

---

<sup>27</sup> Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, CV, Penerbit Diponegoro, Bandung, 2005, h. 65

diperlukan landasan berupa akhlak islam yang akan mengantarkan pada keridhoan dan rahmat dari Allah SWT serta memperoleh pahala atas amalan yang telah dikerjakannya. Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al Kahfi ayat 30 sebagai berikut:

إِنَّ الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ إِنَّا لَا نُضِيعُ أَجْرَ مَنْ أَحْسَنَ عَمَلًا

Artinya: “*Sesungguhnya mereka yang beriman dan beramal sholeh, tentulah kami tidak akan menyia-nyiakan pahala orang-orang yang mengerjakan amalan-Nya dengan yang baik*”.<sup>28</sup>

Al-Quran penuh dan sering serta berkali-kali mendesak manusia untuk bekerja agar manusia terlibat dalam semua aktivitas yang produktif. Allah menjanjikan pertolongan dan petunjuknya bagi mereka yang berjuang dan berlaku baik. Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-Ankabut ayat 69 sebagai berikut:

وَالَّذِينَ جَاهَدُوا فِينَا لَنَهْدِيَنَّهُمْ سُبُلَنَا وَإِنَّ اللَّهَ لَمَعَ الْمُحْسِنِينَ

Artinya: “*dan orang-orang yang berjihad untuk (mencari keridhaan) kami, benar-benar akan kami tunjukkan kepada mereka jalan-jalan kami. Dan sesungguhnya Allah benar-benar beserta orang-orang yang berbuat baik*”

Yusuf Qadhawi mengemukakan bahwa seorang muslim ketika membeli dan menjual, menyewakan dan memperjualkan, melakukan

<sup>28</sup> Departement Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, Syamil Cipta Media, Bandung, 2005, h. 297

penukaran dengan yang lainnya dalam harta atau berbagai kemanfaatan, ia selalu tunduk kepada aturan Allah dalam muamalahnya. Ia tidak akan berusaha dengan sesuatu yang haram, tidak akan melakukan riba, tidak akan melakukan penimbunan, tidak akan berlaku zalim, tidak akan menipu, tidak akan berjudi, tidak akan mencari, tidak akan menyuap, dan tidak akan menerima suapan. Seorang muslim akan beramal pada ruang lingkup yang jelas-jelas halal dan menjauhkan diri dari areal yang jelas-jelas haram. Ia akan menjag diri seoptimal mungkin dari hal-hal yang *syubhat*, karena ingin membersihkan keberagaman dan kehormatannya. Menjauhkan diri dari areal yang haram, atau khawatir jatuh terperosok kedalamnya.<sup>29</sup> Dengan demikian jelaslah bahwa Al-Quran mengajarkan umat islam akan nilai-nilai kebaikan dalam bermuamalah termasuk dalam urusan bekerja dan berbisnis.

Seorang muslim baik secara pribadi maupun secara bersama-sama tidak bebas mengerjakan apa saja yang diinginkannya, atau apa yang menguntungkannya saja. Tidak, sesungguhnya setiap muslim terikat oleh iman dan akhlak pada setia aktivitas ekonomi yang dilakukannya, baik dalam melakukan usaha, mengembangkan maupun menginfakkan hartanya.

---

<sup>29</sup> Yusuf Qardhawi, *Peran Nilai dan Moral Dalam Perekonomian Islam*, Rabbani Press, Jakarta, 2001, h. 26

Al-Quran menegaskan dan menjelaskan bahwa didalam bisnsi tidak boleh dilakukan dengan cara kebathilan dan kedzaliman, akan tetapi dilakukan atas dasar sukarela atau keridhaan, baik ketika untung atau rugi, ketika membeli atau menjual, dan sebagainya. Allah menjanjikan kepada manusia mengenai janji beli yang tidak akan merugi, akan tetapi juala beli yang akan membawa pada kemengan yang hakiki yaitu dengan memperoleh surga bagi mereka yang berperang dijlan Allah.

a. Hadist

Sumber selain dari Allah yang berkenaan dengan bekerja juga terdapat pada hadist-hadist Rasulullah SAW tidak dibenarkan bagi seorang muslim bersandar pada bantuan orang lain sedangkan ia mampu dan memiliki kemampuan.

Nabi mengharamkan pelecehan atas pekerja tertentu. Beliau mendidik sahabatnya bahwa kemuliaan terdapat pada pekerjaan dan kehinaan terdapat pada orang yang bersandar pada orang lain.<sup>30</sup>

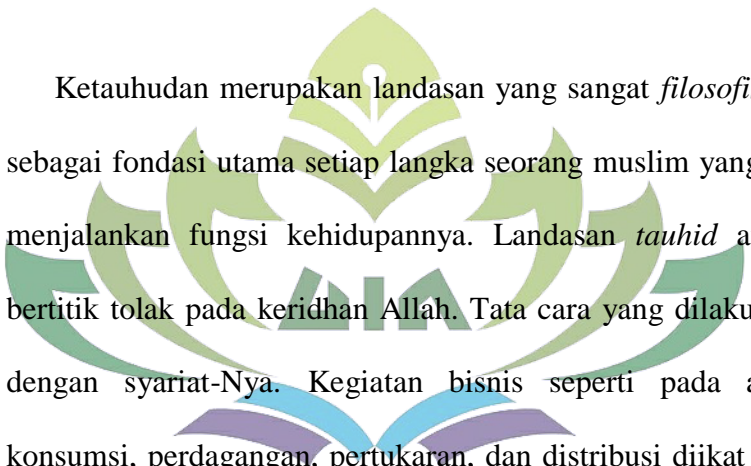
### 3. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

---

<sup>30</sup> Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Gema Insani Press, Jakarta, 1997, h. 104

Dalam transaksi bisnis islam, embrio kepercayaan dimulai dengan pelaksanaan transaksi (akad) yang sesuai dengan al-Quran dan Hadist. Segala pelaksanaan transaksi tersebut bertujuan untuk meniadakan angka penipuan, persengketaan, ataupun segala macam dampak negative yang timbul dari suatu transaksi. Akad adalah salah satu awal mula terjadinya suatu transaksi bisnis, yang ketika akad dijalani dengan *fair*.<sup>31</sup> Beberapa prinsip etika bisnis islam sebagai berikut:

a. Kesatuan/ketauhidan



Ketauhidan merupakan landasan yang sangat *filosofis* yang dijadikan sebagai fondasi utama setiap langka seorang muslim yang beriman dalam menjalankan fungsi kehidupannya. Landasan *tauhid* atau *ilahiyyah* ini bertitik tolak pada keridhan Allah. Tata cara yang dilakukan yang sesuai dengan syariat-Nya. Kegiatan bisnis seperti pada aspek produksi, konsumsi, perdagangan, pertukaran, dan distribusi diikat pada prinsip atau tujuan ilahiyyah.<sup>32</sup>

Kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, social menjadi keseluruhan yang homogeny., serta mementingkan konsep konsisten dan keteraturan yang meyeluruh. Dari konsep ini maka islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi,dan social demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula maka etika dan bisnis menjadi terpadu, vertical maupun horizontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam system islm.<sup>33</sup> Dengan demikian kegiatan bisnis manusia tidak terlepas dari pengawasan Allah, dan

---

<sup>31</sup> Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis dalam Islam*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2013, h. 15

<sup>32</sup> Muslich, *Etika Bisnis Islam, Ekonisia*, Yogyakarta, 2004, h. 30-32

<sup>33</sup> Abdul Aziz, *Op.Chit*, h. 45

dalam rangka melakukan perintah Allah SWT. Sebagaimana firman Allah SWT . dalam QS. Al-Baqarah ayat 136 sebagai berikut:

قُولُوا آمَنَّا بِاللَّهِ وَمَا أُنزِلَ إِلَيْنَا وَمَا أُنزِلَ إِلَىٰ إِبْرَاهِيمَ  
وَإِسْمَاعِيلَ وَإِسْحَاقَ وَيَعْقُوبَ وَالْأَسْبَاطِ وَمَا أُوتِيَ  
مُوسَىٰ وَعِيسَىٰ وَمَا أُوتِيَ النَّبِيُّونَ مِن رَّبِّهِمْ لَا نُفَرِّقُ  
بَيْنَ أَحَدٍ مِنْهُمْ وَنَحْنُ لَهُ مُسْلِمُونَ

Artinya: *“katakanlah (hai orang-orang mukmin): “kami beriman kepada Allah dan apa yang diturunkan kepada kami, dan apa yang diturunkan kepada Ibrahim, Isma’il, Ishaq, Ya’qub dan anak cucunya, dan apa yang diberikan kepada Musa dan Isa serta apa yang diberikan kepada nabi-nabi dari Tuhannya. Kami tidak mmbeda-bedakan seorangpun diantara mereka dan kami hanya tunduk patuh Kepada-Nya”*.<sup>34</sup>

b. Kebenaran: kebijakan dan kejujuran

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula dua unsure yaitu kebijakan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis, kebenaran dimaksud sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dengan prinsip kebenaran ini makan etika bisnis islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap

<sup>34</sup> Departemen Agama RI, *Op.Cit*, h. 16

kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerja sama atau perjanjian dalam bisnis.<sup>35</sup>

Kebenaran merupakan nilai dasar etika islam. Islam, sebagai jalan, merupakan nama lain kebenaran Allah yang memfirmankan kebenaran, perintah bagi seluruh muslim untuk berada di jalan lurus dan benar dalam tindakan dan ucapan mereka. Islam sangat mencela kepalsuan dan penipuan dalam berbagai bentuknya. Nilai ini memiliki implikasi mendalam bagi perilaku bisnis. Seorang pelaku bisnis hendaknya jujur, teguh, benar, dan lurus dalam semua perjanjian bisnisnya. Tidak ada ruang untuk penipuan, bicara bohong, bersumpah terlalu banyak, dan iklan yang menipu dalam bingkai bisnis islam.<sup>36</sup>

Kejujuran merupakan puncak moralitas iman dan karakteristik yang paling menonjol dari orang-orang beriman. Bahkan, kejujuran merupakan karakteristik para Nabi. Tanpa kejujuran kehidupan agaman tidak akan berdiri tegak dan kehidupan dunia tidak akan berjalan dengan baik. Sebaliknya, kebohongan adalah pangkal cabang kemunafikan dan ciri orang-orang munafiq. Cacat pasar perdagangan didunia kita dan yang paling banyak memperburuk citra perdagangan adalah kebohongan, manipulasi, dan mencampuraduk kebenaran dengan kebathilan, baik secara

---

<sup>35</sup> *Ibid.*

<sup>36</sup> Taha Jabir Al-Awanni, *Op.Cit*, h. 36-37



dusta dalam menerangkan spesifikasi barang dagangan dan mengunggulkannya atas yang lainnya, dalam memberitahukan tentang harga belinya atau harga jualnya kepada orang lain maupun tentang banyaknya pemesanan dan lain sebagainya. Oleh karna itu, sifat terpenting bagi pedagang yang diridhai Allah adalah kejujuran. Ini merupakan factor penyebab bagi pedagang dan pembeli.<sup>37</sup>

#### c. Amanah

Amanah merupakan prinsip etika fundamental islam yang lain. Esensi amanah adalah rasa bertanggung jawab: rasa memiliki untuk menghadap Allah dan bertanggung jawab atas tindakan seseorang. Menurut islam, kehidupan manusia dan semua potensi merupakan suatu amanah yang diberikan oleh Allah kepada manusia.<sup>38</sup>

#### d. Keadilan

Termasuk nilai-nilai yang telah ditetapkan oleh islam dan dalam semua aspek ekonomi islam adalah “sikap adil”. Cukuplah bagi kita bahwa Al-Quran telah menjadikan tujuan semua risalah langit adalah

---

<sup>37</sup> Yusuf Qardawi, *Peran Nilai dan Moral Dalam Perekonomian Islam*, Rabbani Press, Jakarta, 2011, h. 293

<sup>38</sup> Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, Salemba Empat, Jakarta, 2011, h. 76

melaksanakan keadilan. Lawan dari kata keadilan adalah kezaliman, yaitu sesuatu yang telah diharamkan Allah atas diri-Nya sebagaimana telah diharamkan-Nya atas hamba-hamba-Nya. Allah mencintai orang-orang yang berbuat adil membenci orang-orang yang berbuat dzalim, bahkan melaknat mereka.<sup>39</sup>

Termasuk bentuk keadilan yang lain adalah tidak boleh menjelek-jelekan pesaing. Tidak boleh menjelekan bisnis orang lain agar orang membeli kepadanya. Islam telah menghantarkan setiap hubungan bisnis yang mengandung kezaliman dan mewajibkan terpenuhinya keadilan yang teraplikasikan dalam setiap hubungan dagang dan kontrak-kontrak bisnis. Oleh karena itu, Islam melarang *ba'i al-gharar* (jual beli yang tidak jelas sifat-sifat barang yang ditransaksikan) karena mengandung unsure ketidakjelasan yang membahayakan salah satu pihak yang melakukan transaksi. Begitu pula Islam melarang setiap hubungan dagang yang mengandung unsure penipuan.<sup>40</sup>

---

<sup>39</sup> Yusuf Qardhawi, *Op.Cit*, h. 70

<sup>40</sup> *Ibid*

## BAB III

### LAPORAN PENELITIAN

#### A. Gambaran Umum PT. Telkom Bandar Lampung

##### 1. Sejarah Berdirinya PT. Telkom Bandar Lampung

TELKOM berawal pada tahun 1856<sup>1</sup>, tepatnya tanggal 23 Oktober 1856, yaitu pada saat pengoprasian telegraf elektromagnetik pertama di Indonesia yang menghubungkan antara Batavia (Jakarta) dengan Buitenzorg (Bogor) oleh Pemerintah Kolonial Belanda. Selanjutnya pada tahun 1884, pemerintah colonial Belanda mendirikan perusahaan swasta yang menyediakan layanan pos dan telegraf domestik dan kemudian layanan telegraf internasional. Layanan telepon mulai diperkenalkan tahun 1882. Sampai dengan 1906, layanan telepon disediakan oleh perusahaan swasta dengan lisensi pemerintah selama 25 tahun.

Pada 1906, Pemerintah Kolonial Belanda membentuk lembaga pemerintah untuk mengendalikan seluruh layanan pos dan telekomunikasi di Indonesia. Pada 1961, sebagian besar dari layanan ini dialihkan kepada perusahaan milik negara. Pada 1965 pemerintah memutuskan pemisahan layanan pos dan telekomunikasi kedalam dua perusahaan milik negara, yaitu PN Pos dan Giro dan PN Telekomunikasi.

Pada tahun 1974, PN Telekomunikasi dibagi menjadi dua perusahaan milik negara, yaitu Perusahaan Umum Telekomunikasi (Perumtel) yang bergerak sebagai penyedia

---

<sup>1</sup> [www.telkom.co.id](http://www.telkom.co.id)

layanan telekomunikasi domestik dan internasional serta PT Industri Telekomunikasi Indonesia (“PT INTI”) yang bergerak sebagai pembuat perangkat telekomunikasi. Pada tahun 1980, bisnis telekomunikasi internasional diambil alih oleh PT. Indonesian Satellite Corporation (“Indosat”) yang baru saja dibentuk saat itu.

Selanjutnya pada 1991, Perumtel mengalami perubahan status, yaitu menjadi perseroan terbatas milik negara dengan nama Perusahaan Perseroan (Persero) PT Telekomunikasi Indonesia, atau TELKOM. Sebelum tahun 1995, operasi bisnis TELKOM dibagi ke dalam dua belas wilayah operasi, yang dikenal sebagai wilayah telekomunikasi atau witel. Setiap witel bertanggung jawab penuh terhadap seluruh aspek bisnis di wilayahnya masing-masing, mulai dari penyedia layanan telepon hingga manajemen keamanan properti.

Pada tahun 1995, TELKOM merombak kedua belas witel menjadi tujuh divisi regional (Divisi I Sumatera; Divisi II Jakarta dan sekitarnya; Divisi III Jawa Barat; Divisi IV Jawa Tengah dan DIYogyakarta; Divisi V Jawa Timur; Divisi VI Kalimantan; dan Divisi VII Indonesia bagian Timur) serta satu Divisi Network. Berdasarkan beberapa kesepakatan dengan mitra Kerja Sama Operasi “KSO”. TELKOM menyepakati pengalihan hak untuk mengoperasikan lima dari tujuh divisi regional (Divisi Regional I, III, IV, VI dan VII) kepada konsororium swasta. Dengan kesepakatan tersebut, mitra KSO akan mengelola dan mengoperasikan divisi regional untuk periode waktu tertentu, melaksanakan pembangunan sambungan telepon tidak bergerak dalam jumlah yang telah ditetapkan dan pada akhir periode kesepakatan, mengalihkan fasilitas telekomunikasi

yang telah dibangun kepada TELKOM dengan kompensasi yang besarnya telah disepakati. Pendapatan dari KSO akan dibagi antara TELKOM dan mitra KSO.

Setelah krisis ekonomi Asia melanda Indonesia yang dimulai pada pertengahan tahun 1997, beberapa mitra KSO mengalami kesulitan dalam memenuhi kewajibannya kepada TELKOM. TELKOM dalam hal ini mengakuisisi mitra-mitra KSO di Divisi Regional I, III dan VI serta menyesuaikan kesepakatan KSO dengan mitra-mitranya di Divisi Regional IV dan VII untuk memperoleh hak pengawasan pengambilan keputusan-keputusan keuangan dan operasional di regional yang bersangkutan.

Pada tanggal 14 Nopember 1995, Pemerintah melakukan penjualan saham TELKOM melalui penawaran saham perdana (*Initial Public Offering*) di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya (keduanya telah melebur menjadi Bursa Efek Indonesia pada bulan Desember 2007). Saham TELKOM juga tercatat di NYSE dan LSE dalam bentuk *American Depositary Shares* ("ADS") dan ditawarkan kepada publik di Bursa Efek Tokyo dalam bentuk *Public Offering Without Listing*. TELKOM saat ini merupakan salah satu perusahaan dengan kapitalisasi pasar terbesar di Indonesia, dengan nilai kapitalisasi diperkirakan mencapai sekitar Rp190.512,0 miliar per 31 Desember 2009. Pemerintah memiliki hak 52,47% dari keseluruhan saham TELKOM yang dikeluarkan dan beredar. Pemerintah juga memegang saham Dwiwarna TELKOM, yang memiliki hak suara khusus dan hak veto atas hal-hal tertentu.

Kemudian pada tahun 1999, industri telekomunikasi mengalami perubahan signifikan. Undang – undang Telekomunikasi No. 36 (Undang-Undang Telekomunikasi) yang berlaku efektif pada bulan September 2000 merupakan pedoman yang mengatur reformasi industri telekomunikasi, termasuk liberalisasi industri, memfasilitasi masuknya pemain baru dan menumbuhkan persaingan usaha yang sehat. Reformasi yang dilakukan Pemerintah kemudian menghapus kepemilikan bersama TELKOM dan Indosat di sebagian besar perusahaan telekomunikasi di Indonesia. Hal ini bertujuan untuk mendorong terciptanya iklim usaha yang kompetitif. Hasilnya, pada tahun 2001 TELKOM mengakuisisi 35,0% saham Indosat di Telkomsel yang menjadikan total saham TELKOM di Telkomsel menjadi sebesar 77,7%. Sementara Indosat mengambil alih 22,5% saham TELKOM di Satelindo dan 37,7% saham TELKOM di Lintasarta. Pada tahun 2002, TELKOM menjual 12,7% sahamnya di Telkomsel kepada Singapore Telecom Mobile Pte Ltd (“SingTel Mobile”) sehingga kepemilikan saham TELKOM di Telkomsel berkurang menjadi 65,0%.

Berdasarkan Undang-undang Telekomunikasi, pada tanggal 1 Agustus 2001, Pemerintah mengakhiri hak eksklusif TELKOM sebagai satu-satunya penyelenggara layanan telepon tidak bergerak di Indonesia dan Indosat sebagai satu-satunya penyelenggara layanan Sambungan Langsung Internasional (“SLI”). Hak eksklusif TELKOM sebagai penyedia jasa sambungan telepon lokal maupun sambungan langsung jarak jauh internasional akhirnya dihapuskan pada bulan Agustus 2002 dan Agustus 2003. Pada tanggal 7 Juni 2004, TELKOM mulai meluncurkan layanan sambungan langsung internasional tidak bergerak. Pada 2005,

TELKOM meluncurkan satelit TELKOM-2 untuk menggantikan seluruh layanan transmisi satelitnya yang telah dilayan ioleh satelit TELKOM sebelumnya, yaitu Palapa B-4. Selain itu, untuk menjadi transmisi *backbone* TELKOM, satelit TELKOM-2 akan mendukung jaringan telekomunikasi nasional untuk memenuhi kebutuhan telekomunikasi di pedesaan dan multimedia. Oleh karenanya, TELKOM telah meluncurkan delapan satelit (termasuk Palapa-A1),yaitu Palapa-A2 (1997-1985), Palapa-B1 (1983-1992), Palapa B2P (1987-1996), Palapa-B2R (1990-1999),Palapa-B4 (1992-2004), TELKOM-1(1999-2008).Seluruh satelit tersebut telah menjadi bagian sejarah pertelekomunikasian Indonesia.

untuk memelihara dan mempertahankan pertumbuhan kami di lingkungan industri yang kompetitif, TELKOM bertransformasi dari perusahaan *InfoComm* menjadi perusahaan TIME (Telekomunikasi, Informasi, Media, *Edutainment*) dengan mempertahankan bisnis *legacy* dan mengembangkan bisnis *new wave*. *New* TELKOM telah diperkenalkan kepada publik pada tanggal 23 Oktober 2009 bertepatan dengan ulang tahun TELKOM ke-153 yang menghadirkan *tagline* baru '*theworld in your hand*' dan *positioning* baru '*Life Confident*'. Dengan logo barunya, TELKOM berkomitmen untuk memberikan ke seluruh pelanggan TELKOM kepercayaan diri untuk menjalani kehidupan yang merek pilih, sesuai dengan cara dan waktu mereka.

## 2. Visi dan Misi PT. Telkom Bandar Lampung

### a. Visi PT. Telkom Bandar Lampung<sup>2</sup>

Menjadi Perusahaan yang unggul dalam penyelenggaraan *Telecommunication, Information, Media, Edutainment* dan *Services* (“TIMES”) di kawasan regional.

### b. Misi PT. Telkom Bandar Lampung

a) Menyediakan layanan TIMES yang berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif.

b) Menjadi model pengelolaan korporasi terbaik di Indonesia.

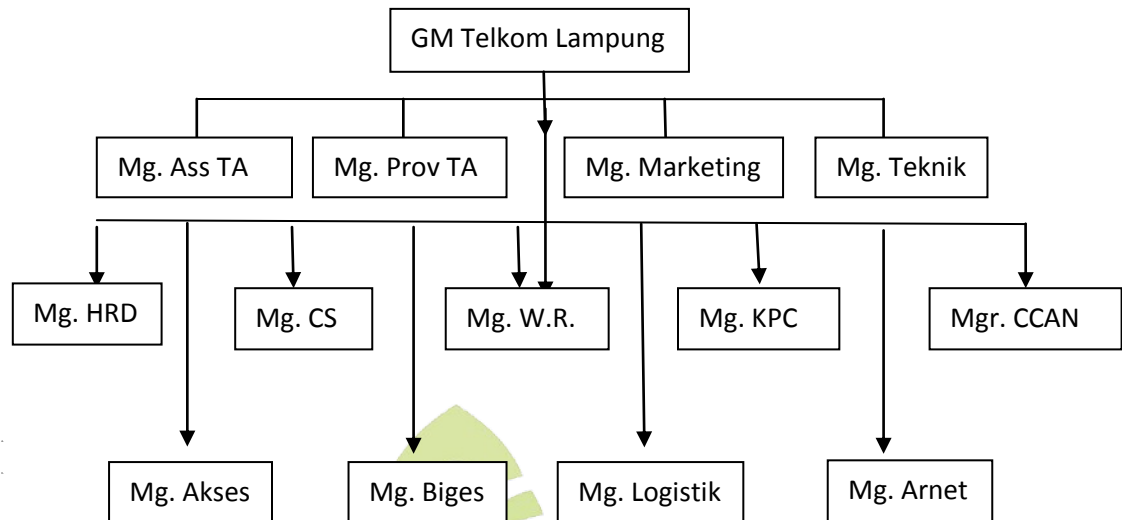
Visi dan Misi ditetapkan berdasarkan keputusan Komisaris PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk No.09/KEP/DK/2012 pada tanggal 30 Mei 2012.

---

<sup>2</sup> [www.telkom.co.id](http://www.telkom.co.id)



### 3. Struktur Organisasi Perusahaan PT. Telkom



## B. Penerapan Leader Society Recruitment

### 1. Kegiatan Usaha PT. Telkom Bandar Lampung

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan<sup>3</sup>, ruang lingkup kegiatan Perusahaan adalah menyelenggarakan jaringan dan layanan telekomunikasi, informatika serta optimalisasi sumber daya Perusahaan. Untuk mencapai tujuan tersebut di atas, Perusahaan menjalankan kegiatan usaha yang meliputi:

#### 1. Usaha Utama

- a. Merencanakan, membangun, menyediakan, mengembangkan, mengoperasikan, memasarkan atau menjual/menyewakan dan memelihara jaringan

<sup>3</sup> [www.telkom.co.id](http://www.telkom.co.id)

telekomunikasi dan informatika dalam arti yang seluas-luasnya dengan memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.

- b. Merencanakan, mengembangkan, menyediakan, memasarkan atau menjual dan meningkatkan layanan jasa telekomunikasi dan informatika dalam arti yang seluas-luasnya dengan memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.

#### Usaha Penunjang

- a. Menyediakan layanan transaksi pembayaran dan pengiriman uang melalui jaringan telekomunikasi dan informatika.
- b. Menjalankan kegiatan dan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya yang dimiliki Perusahaan, antara lain pemanfaatan aset tetap dan aset bergerak, fasilitas sistem informasi, fasilitas pendidikan dan pelatihan dan fasilitas pemeliharaan dan perbaikan.

## 2. Penjualan dan Pemasaran Distribusi PT. Telkom

Telkom memiliki strategi untuk pendistribusian layanan dan produk utama, termasuk layanan telepon nirkabel tidak bergerak kecuali layanan telepon seluler yang dilakukan oleh Anak Perusahaan Telkomsel. Berikut adalah jalur-jalur distribusi layanan dan produk Telkom:

- a. **Plasa Telkom**, adalah tempat yang berfungsi sebagai *walk-in customer service points*, di mana pelanggan dapat mengakses ke seluruh produk dan layanan Telkom;
- b. **Tim AM**, bertugas melayani pelanggan *Enterprise* dan OLO yang proaktif dan bersifat individual. Untuk pengelolaan top pelanggan SME dilakukan oleh AM, sedangkan untuk pelanggan SME lainnya dilayani oleh *Tele Account Managers* dengan memanfaatkan media telekomunikasi seperti internet/*website* maupun *outbound call*;
- c. **Telkom Solution House (“TSH”)**, adalah tempat yang berfungsi untuk melayani pelanggan *enterprise* yang ingin mendapat informasi mengenai ragam solusi TIME; layanan dan produk, serta teknologi terkini. Informasi yang disajikan di TSH ditayangkan dalam bentuk *Live Demo for Free* (seperti *Speedy, Hotspot, PDN, IP-Phone*), *Live Demo for Commercial usage* (seperti *Video Conference*), *Konsultasi Enterprise* dan *Ecosystem Business Solution*

untuk kustomisasi TIME korporasi, dan demo simulasi (seperti *e-Payment&VPNover, GSM dan Flexi*);

- d. **SME Centers**, yang berfungsi sebagai *communication center* dengan dukungan fasilitas perkantoran yang canggih, *community center* sebagai tempat berinteraksinya pelanggan Telkom, serta sebagai *commerce center* terutama untuk melayani solusi *e-commerce*;
- e. **Warung Telkom**, berfungsi sebagai outlet yang melayani pelanggan dari segala segmen. Outlet ini dioperasikan oleh pelaku bisnis skala kecil dan melayani jasa telekomunikasi dasar, yaitu di antaranya telepon lokal, SLJJ dan internasional, mengirim faksimili, jasa penyewaan internet, dan penjualan kartu telepon paket perdana dan *voucher* Flexi, serta *voucher* yang diterbitkan operator telekomunikasi lainnya mengingat konsepnya yang tidak eksklusif. Untuk layanan via outlet ini, Telkom memberikan potongan harga kepada wartel tersebut sebesar 30% dibandingkan dengan tarif telepon pelanggan biasa;
- f. **Dealer resmi dan gerai ritel**, merupakan outlet pendistribusian ragam produk telekomunikasi seperti penjualan kartu telepon dan langganan Telkom Flexi, paket perdana dan *voucher*. Dealer tersebut mendapat potongan harga atas seluruh produk yang mereka terima dan beroperasi secara non-eksklusif;
- g. **Website**, merupakan wadah informasi seluruh produk dan layanan Telkom, baik multimedia maupun telefoni, yang dapat diakses pelanggan melalui situs *online* korporat, [www.telkom.co.id](http://www.telkom.co.id), atau [www.plasa.com](http://www.plasa.com);

- h. **Untuk layanan Speedy**, pelanggan dapat memperoleh informasinya dengan menghubungi nomor inbound 147, telemarketing/*outboundcall*, *dealer*, maupun *partnershipstore*.

Strategi pemasaran produk dan layanan Telkom diantaranya dilakukan dengan memasang iklan di media massa, baik cetak maupun televisi, pemasaran langsung kepada pelanggan dan personil distribusi, infrastruktur dan kampanye promosi khusus melalui berbagai program komunikasi pemasaran dalam rangka memperkuat merek dagang, serta profil kepada masyarakat umum terkait produk dan layanan Telkom.

Dalam memasarkan produknya, Telkomsel memanfaatkan jalur distribusi berikut ini:

- a) Pusat GraPARI;
- b) Outlet layanan Gerai HALO;
- c) Jaringan dealer resmi yang terutama menjual kartu SIM prabayar dan *voucher*;
- d) Gerai bersama dengan Plasa Telkom dan PT Pos Indonesia;  
dan
- e) Gerai lainnya seperti bank.

Khusus untuk *kartuHALO*, Telkomsel fokus pada segmen korporasi dan profesional yang cenderung memiliki tingkat pemakaian yang tinggi. Pemasaran untuk segmen ini dilakukan oleh tim akun korporasi khusus yang juga bertugas untuk mengelola hubungan yang berkelanjutan dengan para pelanggan. Tim ini senantiasa memperbaiki kualitas layanan agar mampu memberikan solusi yang tepat sesuai kebutuhan pelanggan korporasi.

Sementara itu, Produk *simPATI* dan Kartu As mempunyai segmen yang lebih luas, khususnya masyarakat kalangan muda. Telkomsel memanfaatkan jalur pemasaran *above and below the line*, dengan melakukan kampanye ke sekolah dan komunitas tertentu selain memasang iklan di media cetak dan elektronik untuk keperluan *brand awareness*. Telkomsel juga menerapkan metode pemasaran seperti sisipan tagihan dan tayangan *point-of-sale* sebagai media promosi *event* atau program tertentu.

Adapun posisi atau jabatan yang direkrut menggunakan leader society recruitment adalah sebagai berikut. Prosedur perekrutan sebagai berikut

Jumlah karyawan

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan penulis dengan bapak agung selaku meneger HRD, diketahui bahwa jumlah karyawan berdasarkan jenis kelamin karyawan PT Telkom lampung adalah sebagai berikut:<sup>4</sup>

Tabel 1

Jenis kelamin	Jumlah
Pria	283
Wanita	22
Jumlah	305

Sumber wawancara dengan manager HRD

Dari jumlah 305 diketahui bahwa pria 283 dan wanita 22.

Jumlah karyawan yang di recruth dengan menggunakan program leader society recruitment adalah sebagai berikut:

Table 2

Jenis kelamin	Jumlah
Pria	15
Wanita	32
Jumlah	47

Sumber wawancara dengan manager HRD

Dari jumlah yang di ketahui bahwa pria 15 dan wanita 32

---

<sup>4</sup> [www.telkom.co.id](http://www.telkom.co.id)

### 3. Inisiatif Strategis PT. Telkom Bandar Lampung

- b. Pusat Keunggulan.
- c. Menyelaraskan struktur bisnis dan pengelolaan portofolio.
- d. Percepatan implementasi broadband melalui layanan konvergen.
- e. Pengelolaan portofolio nirkabel.
- f. Mengintegrasikan solusi ekosistem Telkom Group
- g. Berinvestasi di layanan teknologi informasi.
- h. Berinvestasi di bisnis media dan edutainment.
- i. Berinvestasi di bisnis wholesale dan peluang bisnis internasional yang strategis.
- j. Memaksimalkan nilai aset di bisnis yang saling terkait.
- k. Mengintegrasikan Next Generation Network (“NGN”) dan Operational support system, Business support system, Customer support system and Enterprise relations management (“OBCE”) untuk mencapai penyempurnaan beban biaya.

Inisiatif strategis ditetapkan berdasarkan keputusan Komisaris PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk No.09/KEP/DK/2012 yang ditetapkan pada 30 Mei 2012.





## BAB IV

### ANALISA DATA

#### A. Analisis Leader Society Rekrutmen Karyawan Pada PT Telkom cabang Lampung

Leader Society adalah kemampuan yang di punyai seseorang untuk mempengaruhi orang-orang lain untuk bekerja mencapai tujuan dan sasaran.<sup>1</sup> Dari pendapat diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa leader society adalah proses mempengaruhi kegiatan-kegiatan seseorang atau kelompok dalam usahannya mencapai tujuan didalam situasi tertentu

Menurut hasil wawancara dengan Bapak Agung selaku Manager HRD PT. Telkom Leader Society bertujuan untuk mendapatkan seorang pemimpin yang menjadi pemikir yang analitis dan konseptual sehingga dapat mengidentifikasi masalah dengan akurat, dan menyelesaikan masalah secara efektif untuk mendukung keberlangsungan bisnis perseroan dengan melaksanakan pembangunan yang berkelanjutan dibidang ekonomi, social dan lingkungan yang melibatkan pemimpinan, karyawan, group Telkom dan masyarakat, dengan berlandasan tiga pilar utama yaitu;

1. Planet, ikut mempertimbangkan dan menjaga kelestarian alam dan lingkungan dalam setiap kegiatan operasional

---

<sup>1</sup> Lihat bab 1, h. 2

2. People, menciptakan SDM yang andal dan melakukan pemberdayaan masyarakat melalui community development
3. Profit, tidak hanya mengejar profit namun diharapkan juga memberdayakan ekonomi masyarakat dilingkungannya

Untuk mendukung pertumbuhan bisnis secara efektif, Telkom group menerapkan leader society untuk menyelaraskan unit bisnis, unit fungsional dan anak perusahaan agar proses berjalan lebih terarah, bersinergi, dan efektif dalam mencapai tujuan perusahaan. Seorang Leader Society adalah orang yang memiliki beban tanggung jawab di pundaknya, sehingga ada tugas-tugas yang harus ia jalankan selama memimpin. Memimpin berarti menjalankan kepercayaan. Memimpin suatu kelompok berarti menjalankan suatu bentuk tanggung jawab bersama yang diatur oleh satu orang dalam bentuk persetujuan bersama. Seorang pemimpin jelas memiliki tugas yang terkait dengan peranannya dalam menjalankan kepemimpinan. Oleh karena itu seorang pemimpin di Telkom Cabang Lampung harus memiliki 8 tugas utama yaitu

1. Bersikap adil

Dalam menjalankan tanggung jawab, sudah tentu pemimpin akan dihadapi dengan permasalahan kelompok yang berujung pada pemberian keputusan. Pemimpin di Telkom cabang Lampung diharuskan untuk mampu bersikap adil dalam memberikan keputusan dari berbagai macam persoalan yang ada. Bersikap adil berarti mampu menentukan segala keputusannya dari dua

permasalahan yang ada. Pemimpin yang mampu bersikap adil tentunya secara taktis akan mampu memberika keputusan yang bijak untuk memecahkan suatu masalah ditelkom.

#### 2. Memberikan sugesti

Seorang pemimpin di haruskan untuk mampu memberikan sugesti kepada kelompoknya. Pemberian sugesti secara baik dan benar bermanfaat kepada hasil yang di peroleh pada akhir suatu tujuan. Pemberian sugesti ditunjukan untuk merangkul seluruh anggota dalam satu kesatuan agar koordinasi atau kekompakan anggota dalam partisipasinya disuatu kelompok dapat terjaga, itu juga yang di terapkan di Telkom cabang lampung.

#### 3. Mendukung tercapainya tujuan

Dalam menjalankan fungsinya sebagai penggerak anggota disuatu kelompok seorang pemimpin diharuskan untuk mampu mendukung segala hal baik yang dapat menjadi factor dari tercapainya suatu tujuan kelompok. Seorang pemimpin diharuskan untuk mampu bersikap tegas dan mendukung segala aspek pemicu keberhasilan tujuan kelompok. Dengan demikian, visi dan misi dari kelompok tersebut akan berjalan secara maksimal. Pemimpin diharuskan untuk memiliki semangat yang tinggi dalam mendukung pencapaian tujuan.

#### 4. Menjadi katalisator

Secara umum, katalisator dalam istilah kimia adalah penggerak atau sesuatu yang mempercepat berjalannya reaksi. Seorang pemimpin dapat dikatakan sebagai katalisator apabila mampu menunjang kekompakkannya dengan ide-

ide dan tindakan yang baik. Keberhasilan tujuan kelompok ditentukan oleh kemampuan pemimpin untuk bersikap seperti ini.

5. Menciptakan rasa aman

Anggota dari suatu kelompok sudah seharusnya mendapatkan rasa aman dari seorang pemimpin. Seorang pemimpin dikatakan mampu menciptakan rasa aman apabila ia mampu untuk terus berfikir positif, teguh pendirian dan mampu memegang segala kendali dan jujur yang bijaksana. Pemimpin yang mampu menciptakan rasa aman adalah pemimpin yang sangat dapat diandalkan.

6. Sebagai wakil organisasi

Seorang pemimpin sejatinya merupakan wakil dari semua unit organisasi dari kelompok yang dibinanya. Seorang pemimpin diharuskan untuk mampu menjadi mata dan telinga yang mewakili kebutuhan aspirasi anggota dari kelompok yang dipimpinnya. Penampilan dan segala hal-hal yang terpatrit dari diri seorang pemimpin pun jelas menjadi citraan dari seluruh anggota kelompok yang dipimpinnya. Pemimpin yang baik akan mampu menempatkan dan membawa dirinya untuk menjadi citra yang baik bagi seluruh anggota kelompok dan organisasi yang menjadi tanggung jawabnya.

7. Sumber inspirasi

Sudah menjadi kewajiban bagi seorang pemimpin untuk mampu memberikan inspirasi bagi seluruh anggota kelompoknya. Inspirasi merupakan hal mutlak yang dibutuhkan oleh seluruh manusia yang membutuhkan semangat untuk

menjalani hidup. Inspirasi sangat dibutuhkan oleh seseorang yang memiliki target mutlak dalam hidup. Seorang pemimpin yang baik jelas akan mampu memberikan inspirasi yang baik bagi setiap anggota kelompoknya.

#### 8. Bersikap menghargai

Menghargai berarti mengakui dari kemampuan seseorang. Menghargia berarti mengerti basis dan kompetensi pencapaian yang berharga yang mampu diraih oleh seseorang. Pemimpin yang baik perlu memiliki peranana yang kuat dalam sikap menghargai seorang bawahannya, baik dalam situasi dan kondisi hati yang baik ataupun buruk, pemimpin harus bisa bersikap secara dinamis dalam menghargai anggota. Sikap rendah hati ini pun jelas diperlukan oleh seorang pemimpin dalam mewujudkan bentuk kepemimpinan ideal bagi kelompoknya.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan oleh penulis diperoleh informasi bahwa leader society diterapkan sejak tahun 2012.<sup>2</sup> Adapun kriteria-kriteria PT Telkom untuk merekrut karyawannya dengan menggunakan Leader Society Recruitment di PT Telkom cabang Lampung adalah sebagai berikut yang *pertama capability* yaitu kemampuan dasar yang dibutuhkan untuk melakukan pekerjaannya. Biasanya berkaitan dengan kemampuan nalar, kecerdasan, berfikir sistematis. Seseorang disebut capable, atau memiliki kemampuan jika memiliki tingkat

---

<sup>2</sup> Wawancara dengan *manager HRD Telkom Cabang Lampung Bpk Agung pada Tanggal 25 Oktober 2017*

kecerdasan minimal yang dibutuhkan. *Capability* juga mensyaratkan adanya skill atau keahlian dalam melakukan pekerjaan.

Tanpa kemampuan dasar ini, calon karyawan tidak akan mampu melaksanakan pekerjaannya. Untuk menilai dan menentukan apakah seseorang memiliki kemampuan, bisa dilihat dari hasil test pada saat sebelum wawancara. Jangan mengandalkan sertifikat, ijazah, piagam penghargaan atau kertas-kertas lainnya. Walaupun itu dijamin benar, belum tentu relevan dengan kemampuan yang kita dibutuhkan. Buat serangkaian test yang dapat menunjukkan apakah seseorang itu kemampuan atau tidak mampu melakukan tugas-tugas yang paling mendasar.

*Kedua capacity* yaitu kapasitas maksimum atau potensi kemampuan seseorang yang ditunjukkan dengan keahlian memecahkan masalah (*problem solving skill*), mengerjakan beban kerja yang berat, mengatasi stress akibat pekerjaan, membuat prioritas/jadwal, dan sebagainya. Capacity ini menunjukkan apakah kualitas seorang calon karyawan itu memungkinkan untuk ditingkatkan atau tidak.

Untuk menilai dan menentukan apakah seseorang memiliki kapasitas yang tinggi, berikan beban kerja yang tinggi, berikan beban kerja yang tinggi dengan deadline. Waktu yang terbatas akan menjadi penyebab stress dalam melakukan pekerjaan. Mereka yang memiliki kapasitas yang besar, tidak mudah stress ketika diberikan tugas yang lebih berat dan deadline yang mepet. Tapi mereka yang memiliki kapasitas rendah, akan cepat stress dan menurun kualitas kerjanya.

*Ketiga creativity* yaitu ditunjukkan dalam kemampuan memecahkan masalah diluar kelaziman sehingga menjadi lebih efektif, lebih efisien, lebih cepat, dan lebih menguntungkan. Mereka yang memiliki kreatifitas tinggi biasanya mampu berfikir diluar dugaan orang banyak. Bisa menemukan perspektif, cara pandang baru yang membuat pekerjaan jadi lebih efektif, lebih mudah, lebih efisien.

*Keempat character* yaitu watak dasar manusia yang ditunjukkan dalam perilaku sehari-hari, sikap, sopan santun, kemampuan mengendalikan emosi, dan bagaimana orang merespon sebuah kejadian. Untuk menilai watak dasar manusia ini diperlukan test seperti MBTI ( *myers briggs type indicator*). Test ini dapat menunjukkan bagaimana watak dasar seseorang dilihat pada kondisi normal dan dalam penuh tekanan. Hasilnya diplot menjadi peta karakter atau personality profile. Dari peta karakter yang dihasilkan, kita bisa meramalkan apakah seseorang cocok untuk melakukan pekerjaan tertentu dengan cara membandingkan dengan job profile dari pekerjaannya. Orang yang karakternya teliti dan analitik cocok jadi programmer. Orang yang karakternya stabil cocok untuk melakukan pekerjaan-pekerjaan yang rutin. Sebaliknya, orang yang teliti tidak cocok ditempatkan jadi sales atau marketing, sebab didunia sales dan marketing butuh orang yg berorientasi pada perasaan orang lain. Orang yang stabil tidak cocok ditempatkan dalam posisi pengambil keputusan.



*Kelima credibility* yaitu ditunjukkan melalui kejujuran, integritas sehingga calon karyawan dapat dipercaya, dapat diandalkan untuk memikul tanggung jawabnya dengan benar. Tanpa kredibilitas tersebut, perusahaan tidak percaya kepadanya. Kredibilitas ini bisa tercermin dari perilaku dimasa lalu. Track record menjadi sangat penting di level ini. Sekali lancing ke ujian seumur hidup orang tidak percaya.

*Keenam commitment* yaitu ditunjukkan melalui kesungguhan dalam menyelesaikan tugas, walaupun dalam kondisi yang sulit atau tidak menguntungkan. Rasa tanggung jawab ini jauh lebih bernilai ketimbang skill, kapasitas, passion dan sebagainya. Jika orang hanya bermodal passion atau gairah, namun tidak memiliki komitmen maka ia hanya mau melakukan pekerjaan yang disukainya. Jika ia menghadapi situasi yang tidak menguntungkan atau harus melakukan pekerjaan yang tidak disukainya, ia akan pergi meninggalkan perusahaan. Itulah sebabnya komitmen ini hanya bisa terlihat pada saat perusahaan dalam kondisi sulit atau sedang menghadapi masalah.

*Ketujuh compatibility* yaitu ditunjukkan dalam kepatuhan kecocokan dengan budaya perusahaan, dapat bekerja sama dengan tim dan rekan kerja, dapat bergaul dengan orang atau lingkungan sekitarnya. *CoreValues*, atau budaya inti menjadi penting disini sebab itu menjadi kompas atau menjadi panduan apakah seseorang masih cocok bekerja dengan kita atau tidak.

## 1. Sistem Rekrutmen

Pada dasarnya sistem rekrutmen yang diterapkan di PT Telkom didasarkan pada kebutuhan. Artinya sistem rekrutmen ini dilaksanakan setelah adanya analisa kebutuhan PT Telkom akan karyawan baru, hal ini bertujuan agar tidak terjadi kesalahan dalam perekrutan hingga penempatannya. Sebab rekrutmen merupakan langkah awal untuk memperoleh karyawan yang berkualitas, yang dapat mendukung PT Telkom dalam mewujudkan cita-cita atau target yang telah ditetapkan.<sup>3</sup>

Sistem dalam rekrutmen karyawan di PT Telkom adalah sebagai berikut:

### a. Kebutuhan Karyawan

Peramalan kebutuhan merupakan awal untuk merekrut karyawan baru, proses ini meliputi analisis kebutuhan, apakah memang benar-benar membutuhkan karyawan, sehingga tidak terjadi sesuatu hal yang merugikan. Perekrutan akan kebutuhan karyawan ini merupakan langkah pertama dan yang mencerminkan berhasil tidaknya suatu perusahaan mencapai tujuannya. Jika karyawan yang diterima kompeten, maka usaha untuk mewujudkan tujuan relatif mudah, begitu juga sebaliknya jika karyawan yang diperoleh kurang memenuhi persyaratan sulit bagi perusahaan mencapai tujuan yang diinginkan. Secara teori proses rekrutmen untuk kebutuhan karyawan sebagai berikut:

#### a) Penyusunan strategi merekrut

---

<sup>3</sup> Wawancara dengan *manager HRD Telkom Cabang Lampung Bpk Agung* pada tanggal 25 oktober 2017

Manajemen pada bagian administrasi juga dapat terlibat dalam penyusunan kebijakan-kebijakan umum perekrutan seperti penentuan dimana akan merekrut, penetapan beberapa besar biayanya, dan penentuan tujuan perjanjian kerja organisasi.

b) Pencarian pelamar-pelamar kerja

Ketika rencana-rencana dan strategi rekrutmen telah disusun, maka aktivitas rekrutmen sesungguhnya bisa dilangsungkan. Pencapaian pelamar dapat melibatkan metode-metode perekrutan yaitu dengan menggunakan metode tertutup atau terbuka. Sebuah perusahaan kadang-kadang menemui kesulitan dalam memikat orang-orang yang diinginkan khususnya karyawan yang sangat ahli, didalam pasar tenaga kerja yang sangat kompetitif. Untuk memperkuat upaya-upaya rekrutmen maka perusahaan haruslah memutuskan daya tarik apa yang harus ditawarkan.

c) Penyisihan pelamar-pelamar yang tidak cocok

Setelah lamaran-lamaran untuk lowongan pekerjaan diterima maka lamaran tersebut haruslah disaring guna menyisihkan individu-individu yang kelihatannya tidak memenuhi syarat. Alasan-alasan diskualifikasi haruslah kualifikasi yang bonafit yang berhubungan dengan jabatan.

d) Pembuatan kumpulan pelamar

Kelompok pelamar terdiri atas individu-individu yang telah menunjukkan minat dalam mengejar lowongan pekerjaan dan mungkin merupakan kandidat yang

baik untuk posisi. Setelah lamaran-lamaran masuk. Perusahaan akan memproses informasi dan mengorganisasikanya sehingga informasi ini siap diperiksa. Apabila ada pelamar yang mendapat tawaran kerja ditempat lain dan tidak lagi berminat lagi dengan lamarannya. maka perusahaan haruslah menyisihkan lamaran tersebut dari kelompok pelamar.

Perekrutan karyawan ini juga harus mendapat perhatian yang serius serta didasarkan kepada analisis pekerjaan (*Job Analisis*), uraian pekerjaan (*Job Description*), spesifikasi pekerjaan (*Job Spesification*), persyaratan pekerjaan (*Job Requirement*), dan evaluasi pekerjaan (*Job Evaluation*), bahkan perlu mempertimbangkan pemerayaan pekerjaan (*Job Enrichment*), perluasan pekerjaan (*Job Enlargement*), dan penyederhanaan pekerjaan (*Work Simplification*). Perekrutan karyawan hendaknya dilakukan dengan baik, agar karyawan yang diterima sesuai dengan kebutuhan pekerjaan yang akan dilakukannya.

#### b. Prosedur Perekrutan

Seiring dengan banyaknya calon karyawan baru, maka perekrutan tenaga kerja tidak mutlak lulusan SMA dan DIII tetapi juga lulusan S1. Tetapi tidak berarti orang yang ingin melamar menjadi tenaga kerja haruslah lulusan S1 semua. Karena pada dasarnya perusahaan juga tetap ingin membedakan antara tenaga kerja yang ingin menjadikan profesinya sebagai karir. Dan dari tenaga kerja yang ingin menjadikan pekerjaanya sebagai profesi, seperti yang diungkapkan oleh Pak Agung selaku manager HRD bahwa lulusan SMA atau DIII saja sudah cukup asalkan

mempunyai keahlian dan kemampuan dibidangnya selain itu juga sudah sesuai dengan kriteria-kriteria yang sudah ditetapkan PT Telkom.<sup>4</sup>

Selain itu terdapat metode rekrutmen yang akan berpengaruh besar terhadap lamaran yang masuk dalam perusahaan. Metode rekrutmen calon karyawan baru menggunakan dua metode, yaitu Metode Terbuka dan Metode Tertutup. Metode Terbuka dilakukan dengan cara penarikan diinformasikan secara luas dengan memasang iklan pada media massa, cetak maupun elektronik, agar tersebar luas ke masyarakat. Sedangkan Metode Tertutup dilakukan dengan cara penarikan hanya diinformasikan kepada para karyawan atau orang-orang tertentu yang masih ada hubungan dengan perusahaan saja. Metode rekrutmen yang biasa dipilih oleh perusahaan atau organisasi dalam melakukan rekrutmen adalah seperti iklan, perusahaan karyawan, lembaga pendidikan, dan lain sebagainya. Perusahaan juga dapat memilih lebih dari satu metode, tergantung situasi dan kondisi yang terjadi.

Kemudian sistem perekrutan yang dilakukan PT Telkom menurut Pak Agung selaku manager HRD PT Telkom adalah sebagai berikut:

#### 1) Kebutuhan

Menentukan jabatan atau pekerjaan apa saja yang kosong dan segera membutuhkan karyawan. Kemudian PT Telkom melakukan rekrutmen karyawan baru. Dari perekrutan karyawan baru tersebut, sehingga akan diperoleh beberapa calon karyawan yang melamar. Langkah awal yang harus dilakukan dalam perekrutan karyawan adalah menentukan sifat dan keadaan dari jabatan yang akan diberikan

---

<sup>4</sup> Wawancara dengan *Pak Agung manager HRD*

kepada orang-orang yang akan direkrut, dengan kata lain harus membuat yang namanya suatu analisis jabatan. Analisis jabatan (*Job Analysis*) perlu dilakukan dalam proses rekrutmen agar dapat merancang serta menetapkan uraian pekerjaan untuk menganalisis pekerjaan apa saja yang harus dikerjakan, bagaimana mengerjakannya dan mengapa pekerjaan itu harus dikerjakan. Sebelum mengadakan proses rekrutmen, PT Telkom juga melakukan analisis jabatan.

Tahapan dalam menentukan kebutuhan akan calon karyawan adalah sebagai berikut:

- a. Menetapkan jabatan atau pekerjaan apa yang memerlukan adanya karyawan, maksudnya adalah pekerjaan ini selalu harus berkaitan dengan pekerjaan yang sebelumnya telah dilakukan, yaitu perencanaan sumber daya manusia atau karyawan.
- b. Tahap selanjutnya mengambil data tentang masing-masing jabatan atau pekerjaan yang memerlukan karyawan.
- c. Tahap lain adalah mencari tenaga kerja dari luar perusahaan (*Eksternal*). Dengan ini PT Telkom mulai mengadakan perekrutan karyawan.

## 2) Mengumpulkan surat lamaran

Sebelum melakukan rekrutmen PT Telkom akan mengumpulkan surat lamaran yang telah masuk selama periode tertentu untuk kemudian di seleksi sesuai kriteria dan kebutuhan.

## 3) Panggilan

Setelah menyeleksi surat lamaran, hal yang dilakukan selanjutnya adalah melakukan panggilan kepada calon karyawan yang terpilih sebagai kandidat.

#### 4) Seleksi

Menurut Salah satu karyawan di PT Telkom beberapa berkas yang harus dicantumkan dalam surat lamaran sama seperti surat lamaran pada umumnya yakni berisi surat lamaran, foto 3x4 dan 4x6, ijazah terakhir minimal SMA, D3, S1 kemudian disertakan dokumen pendukung yaitu Surat Keterangan catatan kepolisian (SKCK) dan surat keterangan Sehat.<sup>5</sup> Sedangkan persyaratan umum dari calon karyawan adalah sebagai berikut:

- a) Sehat jasmani, usia produktif dan tidak merokok
- b) Jujur, bertanggung jawab, suka bekerja keras dan dapat bekerja secara kelompok.
- c) Pendidikan minimal SMA sampai Perguruan tinggi.
- d) Bersedia mengikuti pelatihan yang diselenggarakan PT Telkom

Terdapat empat jenis seleksi yang dilakukan pada PT Telkom antara lain:

##### 1) Melalui Tes (Psikotes)

Setelah terkumpul beberapa calon karyawan dari awal proses rekrutmen, tahapan selanjutnya adalah mengikuti beberapa tes yang diadakan oleh pihak PT Telkom. Beberapa tes yang diadakan oleh pihak PT Telkom adalah tes tertulis.

##### 2) Wawancara

---

<sup>5</sup> Wawancara dengan Pak Agung manager HRD

Berikut daftar beberapa hal yang menjadi pertanyaan dalam wawancara pada PT

Telkom antara lain:

a) Motivasi

Pertanyaan yang dapat menggali motivasi antara lain:

1. Mengapa anda memutuskan untuk melamar pekerjaan di perusahaan ini?
2. Apa yang membuat anda tertarik dengan PT Telkom ini?
3. Tanggung jawab apa yang anda anggap penting dalam pekerjaan?

b) Inisiatif

Pertanyaan yang dapat menggali aspek inisiatif antara lain:

1. Ceritakan mengenai pendidikan dan pelatihan yang pernah anda ikuti.
2. Bagaimana anda mendapatkan pekerjaan selama ini? (apakah melalui iklan, referensi, dsb) – untuk yang sudah pernah bekerja.

c) Sikap kerja

Pertanyaan yang dapat menggali aspek sikap kerja antara lain:

1. Seandainya ada pengalihan tanggung jawab pada pekerjaan yang anda pegang, bagaimana anda menyikapinya?
2. Ceritakan mengenai pengalaman kerja anda. (untuk yang sudah bekerja.
3. 3. Apa tanggung jawab anda pada posisi tersebut?  
(untuk yang sudah bekerja)

3) Mengumumkan hasil tes



Calon karyawan yang sudah mengikuti beberapa tes yaitu tes tertulis, tes wawancara dan psikotes. Kemudian diumumkan hasilnya, siapa saja yang diterima sebagai karyawan PT Telkom dalam kurun waktu kurang lebih 2 minggu setelah pelaksanaan tes selesai.

#### 4) Training

Pelamar yang lolos seleksi akan diterima sebagai Calon Pegawai Masa Training (CPMT) selama 3 bulan. Kemudian Calon Pegawai Masa Training (CPMT) yang telah melewati masa training dan dinilai dapat bekerja dengan baik, dapat diangkat menjadi Calon Pegawai Masa Percobaan (CPMP) dengan masa percobaan 6 bulan. Setelah Calon Pegawai Masa Percobaan (CPMP) telah melewati waktu 6 bulan dan dianggap mampu bekerja dengan baik dapat diangkat menjadi Calon pegawai selama 6 bulan atau maksimal 1 tahun. Dan apabila selama 12 bulan dapat bekerja dengan baik, Calon karyawan dapat diangkat menjadi karyawan tetap, sehingga calon karyawan yang diterima difungsikan untuk menangani pekerjaan tertentu.

#### 5) Penilaian calon karyawan

Pada masa pelatihan (*training*), diadakan penilaian untuk menentukan dapat tidaknya yang bersangkutan di angkat menjadi karyawan tetap atau karyawan kontrak. Penilaian dilakukan dengan cara menilai hasil kinerja calon karyawan tersebut, apakah sesuai dengan yang diharapkan atau tidak.

Menurut Pak Agung selaku manager HRD PT Telkom sebagai bahan pelengkap dalam penilaian calon karyawan tetap yang menjalani training selama 6 bulan sebelum penilaian, karyawan *training* dipantau langsung kinerja dalam bekerja di PT Telkom oleh supervisor dan di laporkan langsung dengan HRD PT Telkom.

Sistem rekrutmen yang digunakan untuk mendapatkan karyawan baru adalah Sistem kecakapan (*System Merit*). PT Telkom menggunakan Sistem *Merit* dikarenakan perekrutannya didasarkan pada kecakapan, bakat, kemampuan yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya. Menentukan kualitas ini harus terbukti dengan tes tertulis tes wawancara dan psikotes, ijazah yang dimiliki dan surat keterangan lain seperti surat keterangan sehat jasmani dari dokter. Kecakapan yang dimaksud disini bukan berarti cakap wajahnya, akan tetapi cakap yang dimaksud adalah dalam melakukan pekerjaan. Mempunyai bakat dalam bidang pekerjaan, mempunyai pengalaman kerja yang cukup. Semakin bertambah pengalaman karyawan dalam menjalankan suatu pekerjaan, maka semakin mudah melakukan pekerjaannya. Jika karyawan mudah memecahkan kesulitan dalam pekerjaan yang dibebankannya, dan semakin pula terampil menggunakan peralatan serta menerapkan keahliannya maka akan menimbulkan suatu keuntungan baik bagi pihak perusahaan maupun keuntungan dari pihak karyawan.

## 2. Metode Rekrutmen

Metode rekrutmen akan berpengaruh besar terhadap lamaran yang akan masuk ke dalam perusahaan. Dalam merekrut karyawan PT Telkom menggunakan dua metode yaitu Metode Tertutup dan Metode Terbuka. Metode Tertutup adalah suatu metode yang dalam perekrutan karyawan hanya diinformasikan kepada pihak karyawan dalam. Metode ini biasanya yang menyampaikan adalah pihak karyawan PT Telkom itu sendiri. Sedangkan Metode terbuka adalah suatu metode yang dalam perekrutannya diinformasikan secara luas.

Metode ini meliputi sebagai berikut :

1. Iklan
2. Media elektronik
3. Media koran
4. Panflet

Adapun dari kedua metode tersebut, yang lebih dominan diterapkan pada PT

Telkom adalah Metode Terbuka. Metode ini diterapkan dengan alasan agar pelamar yang masuk banyak dan peluang untuk mendapatkan karyawan yang berkualitas pun juga lebih banyak. Metode terbuka ini sesuai dengan manajemen syariah yaitu agar lebih transparan dalam memberikan informasi, termasuk memberikan kesempatan yang seluas-luasnya kepada masyarakat dalam mencari lowongan pekerjaan. Prinsip transparan ini digunakan oleh PT Telkom karena agar lebih memberikan informasi kepada siapapun, terutama informasi tentang lowongan pekerjaan dan agar tidak menipu para pelamar kerja. Di samping karna alam raya ini di ciptakan oleh Allah

SwT bukan hanya untuk satu orang atau golongan, tetapi untuk semua umat sehingga harus memberikan kesempatan pada semua umat untuk berlomba-lomba mendapatkan dengan kemampuan yang dimiliki. Allah berfirman dalam Al-Qur'an surat AL-Mulk ayat 15:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ ۗ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

Artinya : “Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, Maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezki-Nya. dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.” (Surat AL-Mulk ayat 15)<sup>6</sup>

Dari ayat tersebut menjelaskan bahwa bumi ini adalah ciptaan Allah swt dan tidak untuk kepentingan seseorang atau golongan tertentu, sehinggadalam hal ini tidak layak dalam rekrutmen hanya memprioritaskan seseorang atau golongan hanya karena kedekatan hubungan saja.

### 3. Sumber Rekrutmen

Sumber rekrutmen karyawan adalah tempat asal dimana karyawan berada, dapat diperoleh dari dalam ataupun dari luar perusahaan. Sumber rekrutmen karyawan yang ada di PT Telkom mencakup dua Sumber yaitu Sumber *Internal* dan Sumber *Eksternal*. Sumber *Internal* diambil jika karyawan yang bersangkutan dianggap mempunyai kapasitas lebih dan pengalaman yang cukup yang sudah ada didalam perusahaan tersebut. Sumber ini dilakukan umumnya untuk pemindahan dan promosi.

---

<sup>6</sup>Moh. Rifai, *al-Qur'an dan Terjemahnya*, Semarang : CV Wicaksana, 1991, h. 508.

Sedangkan Sumber *Eksternal* diambil ketika posisi jabatan dalam perusahaan kosong dan membutuhkan karyawan baru, sedangkan dari dalam perusahaan tidak ada karyawan yang dapat mengisinya, posisi yang kosong tersebut terjadi akibat perkembangan PT Telkom yang sangat pesat walaupun terdapat saingan yang perdekatan dengan PT Telkom Sehingga perusahaan mencari karyawan dari luar. Karena banyaknya pekerjaan yang tidak bisa di rangkap atau yang di tangani oleh manager yang telah ada.

## **B. Analisis Leader Society Rekrutmen Karyawan PT Telkom dalam Etika Bisnis Islam**

Kepemimpinan dalam kondisi apapun sangat diperlukan, baik baik bagi diri sendiri, lingkungan keluarga, masyarakat, dan lainnya. Apalagi kepemimpinan yang berhubungan dengan orang banyak seperti misalnya di sektor bisnis. Dalam menjalankan bisnis, seseorang sangat dituntut untuk memiliki kemampuan khusus, sebab itu akan berpengaruh pada keberhasilan bisnis yang sedang dijalankannya. Jika ia salah dalam memimpin, maka kehancuran akan menimpa bisnisnya.

Sebesar atau sekecil apapun bisnis atau perusahaan Anda, tentu memerlukan kepiawaian seorang pemimpin. Bagaimana mungkin sebuah kapal berlayar tanpa nahkoda. Bagaimana mungkin ada sebuah negara tanpa seorang presiden, raja, atau pemimpin. Setiap perusahaan mempunyai gaya dan jenis kepemimpinan yang

berbeda dalam menjalankan bisnisnya. Namun disini kami akan menjelaskan kepemimpinan sebuah bisnis dalam sudut pandang Islam.<sup>7</sup>

Kepemimpinan dalam konteks etika bisnis Islam memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

1. Menciptakan lingkungan yang baik.

Sebagai pemimpin yang mempunyai pegangan Islam yang kuat, maka anda harus mampu memberikan warna kepada lingkungan bisnis anda. Kepemimpinan yang anda pegang akan mempermudah anda dalam memberikan warna Islam kepada bisnis anda. Contoh yang paling mudah dalam mewarnai lingkungan bisnis anda dengan corak Islam seperti;

- a. Membuka rapat kerja bersama bawahan anda dengan membaca bismillah.
- b. Jika memungkinkan tidak hanya membaca bismillah, tetapi juga membaca ayat-ayat Al-Qur`an.
- c. Membiasakan karyawan anda dengan pola hidup Islam seperti memberi salam, dan lain sebagainya.
- d. Dan lain-lain.

---

<sup>7</sup> Ahmad, Mustaq *Etika Bisnis dalam Islam*. (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar)2001. h. 17

Lingkungan kerja yang baik akan membawa dampak yang baik pula terhadap kinerja bisnis anda. Anda dan karyawan anda akan merasakan suasana yang menyenangkan dalam bekerja, sehingga hasil yang didapat bisa optimal dan memuaskan.

## 2. Membangun tenaga kerja.

Untuk keberhasilan anda dalam memimpin, maka yang perlu anda lakukan selanjutnya adalah membangun tenaga kerja. Pembangunan tenaga kerja yang dilakukan oleh seorang pemimpin yang Islami berbeda dengan pemimpin lainnya. Dalam membangun tenaga kerjanya tidak hanya melihat pembangunan dari segi jasmani saja. Tetapi juga memperhatikan hal - hal penting lainnya. Untuk membangun tenaga kerjanya, seorang pemimpin bisnis yang Islami harus melihat hal-hal seperti;

- a. Pembangunan keimanan dan ketakwaan kepada Allah swt.
- b. Pembangunan moril tenaga kerja seperti amanah, jujur, ramah, dan lain-lain.
- c. Pembangunan kecerdasan emosional dan spiritual.
- d. Pembangunan jasmani tenaga kerja seperti pola hidup sehat.

- e. Pembangunan kinerja tenaga kerja seperti profesio nalitas, pengembangan keahlian, pengaturan waktu yang baik, dan lain sebagainya

### 3. Memperbanyak program peningkatan iman.

Lingkungan bisnis adalah lingkungan yang paling rawan yang dapat menyebabkan penurunan iman seseorang. Sebagaimana yang pernah dijelaskan oleh Rasulullah SAW bahwa pasar merupakan lingkungan yang paling buruk. Karena itu seorang pemimpin harus memperbanyak program peningkatan iman untuk dirinya dan juga terhadap bawahannya. Sehingga kesucian agama tetap terjaga, dan keberkahan tidak akan lepas daripadanya. Program - program peningkatan dapat seperti;

- a. Mengadakan pengajian rutin di lingkungan kerja.
- b. Penggalakan program tausiyah (nasehat) setiap hari setiap memulai kerja.

### 4. Menjadi teladan dalam setiap kondisi dan lingkungan.

Seorang pemimpin bisnis yang Islami harus menjadi teladan dimanapun dia berada. Tidak hanya menjadi teladan di lingkungan bisnisnya saja. Tetapi juga di lingkungan keluarga, teman, organisasi, masyarakat dan lingkungan lainnya yang berhubungan dengan dirinya



5. Amanah

Amanah adalah sifat dipercaya, bertanggung jawab, dan selalu dapat menyelesaikan tugas, kewajiban dan tanggung jawab yang dibebankan kepadanya secara memuaskan, bahkan melebihi panggilan tugas yang diberikan tanpa memikirkan imbalan material.

Dalam kegiatan hasil wawancara pada objek penelitian langsung rekrutmen sebagai suatu proses untuk menemukan kesesuaian kebutuhan dengan kemampuan pribadi sumber daya manusia. Proses rekrutmen karyawan dalam perusahaan merupakan tahapan paling awal dalam manajemen personalia. Bahwasanya rekrutmen adalah proses merekrut dan penempatan calon tenaga kerja atau karyawan yang memenuhi persyaratan perusahaan organisasi untuk mengisi sejumlah posisi pekerjaan yang dibutuhkan.

Meskipun pada dasarnya PT Telkom hanya menjual alat komunikasi saja, akan tetapi manajemen yang dilakukan juga menggunakan berbasis manajemen syariah salah satunya manajemen dalam merekrut setiap calon karyawan. Hal ini dibuktikan dengan adanya kegiatan rekrutmen yang sangat selektif, adil, transparan, dan berdasarkan pada kepatutan, kelayakan dan kriteria khusus. Selain itu terdapat kegiatan keislaman yang dilakukan oleh karyawan muslim seperti kegiatan Sholat Dhuha berjamaah yang dilakukan oleh staff karyawan muslim, adanya briefing dan para karyawan mempunyai tingkah laku atau batasan yang sesuai dengan kriteria dalam syariah islam. Rekrutmen yang dilaksanakan sebenarnya sama pada umumnya

yaitu meliputi test kemampuan dasar, wawancara, test psikologi, dan masih banyak lainnya.

Pengertian tersebut bisa dipahami dalam firman Allah SWT dalam al-Qur'an surat Al-Qashash ayat 26 :

قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَا أَبَتِ اسْتَأْجِرْهُ ۖ إِنَّ خَيْرَ مَنِ اسْتَأْجَرْتَ الْقَوِيُّ الْأَمِينُ

Artinya: "Salah seorang dari kedua wanita itu berkata: "Ya bapakku ambillah ia sebagai orang yang bekerja (pada kita), karena Sesungguhnya orang yang paling baik yang kamu ambil untuk bekerja (pada kita) ialah orang yang kuat lagi dapat dipercaya". (QS Al-Qashash ayat 26)<sup>8</sup>

Dari ayat diatas terdapat lafadz *Ista'jarta* yang berarti menjadikan dia untuk dijadikan pekerja. Lafadz *Qawiyul amiinu* diartikan kuat (sehat jasmani rohani) dan dapat dipercaya. Dalam ayat tersebut dapat dipahami bahwa dalam menyeleksi para calon karyawan haruslah memilih mereka yang memiliki kekuatan, baik kekuatan fisik maupun non fisik tergantung jenis pekerjaan dan memiliki sifat amanah (dapat dipercaya). Amanah disini artinya adalah dengan melaksanakan segala kewajiban sesuai dengan ketentuan Allah dan takut terhadap aturan-Nya. Selain itu, melaksanakan tugas yang dijalankan dengan sebaik mungkin sesuai dengan prosedurnya, tidak diwarnai dengan unsur nepotisme, tindak kedzaliman, penipuan, intimidasi, atau kecenderungan terhadap golongan tertentu.

PT Telkom juga sudah mempunyai beberapa kriteria yang telah ditetapkan dalam perspektif syariah yaitu:

#### 1. Kecakapan Karyawan

---

<sup>8</sup>Moh. Rifai, *al-Qur'an dan Terjemahnya*, Op.cit., h. 353

Kecakapan yang dimaksud disini adalah bagaimana seorang calon karyawan PT Telkom mempunyai sikap profesional, mampu berkomunikasi dengan baik, amanah, *New Idea* (banyak ide atau gagasan baru) disiplin dan ramah. Selain itu, kecakapan untuk bersikap jujur, bertanggung jawab dan mau belajar tumbuh lebih baik juga diharapkan.

## 2. Kesehatan Moral dan Fisik

PT Telkom menuntut semua karyawan haruslah sehat baik jasmani dan rohani, dikarenakan karyawan yang sehat dan kuat akan lebih cakap daripada karyawan yang lemah atau sakit. Begitu juga dengan karyawan yang jujur dan bertanggung jawab nantinya akan bekerja dengan lebih baik.

## 3. Pengetahuan yang baik

Berpengetahuan baik yaitu daya upaya seseorang dalam menilai dan mencetuskan segala sesuatu dengan cara yang bijaksana. Pada PT Telkom setiap calon karyawan sebelum diterima untuk bekerja harus mempunyai keinginan dan kesungguhan untuk meningkatkan pengetahuannya agar dapat mengikuti perkembangan yang terjadi didalam lingkungan perusahaan. Hal ini dikarenakan pihak perusahaan tidak mau menerima calon karyawan yang tidak mempunyai keinginan dan kesungguhan dalam meningkatkan perkembangan yang ada di PT Telkom.

## 4. Pendidikan dan Latihan

PT Telkom dalam memilih dan menentukan karyawan berdasarkan pendidikan dan latihan karena karyawan yang berpendidikan dan terlatih akan mampu bekerja lebih teliti daripada karyawan yang tidak berpendidikan dan terlatih. Adapun

kriteria yang diinginkan bahwa setiap calon karyawan harus yang berpendidikan dan terlatih dengan menyesuaikan tingkat pendidikan dan kemampuannya misal bagi lulusan SMA bekerja sebagai Cleaning service dan security. Dan pada tingkatan atau jenjang yang lebih tinggi diutamakan lulusan D3 dan S1 diharuskan bisa mengoperasikan komputer dan mempunyai pengalaman kerja. Biasanya pada bagian customer service divisi Supervisor, HR (*Head Resourch*), *Manager*, *Admin*, *Finance*, *Accounting* dan *Marcomm*.

Selain itu, PT Telkom calon karyawan juga harus terlatih dalam arti mempunyai suatu kemampuan yang dimiliki. Kemampuan yang dimiliki oleh setiap calon karyawan misalnya kemampuan untuk berkomunikasi dengan baik, mampu bekerja dengan target (*Target Oriented*), orientasi pada konsumen (*Customer Oriented*), mampu mengoperasikan komputer dan mampu mengoperasikan alat-alat garmen. Untuk mengetahui calon karyawan mampu atau tidak dalam melaksanakan pekerjaan yang dibebankan, maka calon karyawan biasanya terlebih dahulu melakukan beberapa tes seperti Tes tertulis, Tes Wawancara, Psikotes, Tes Kesehatan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

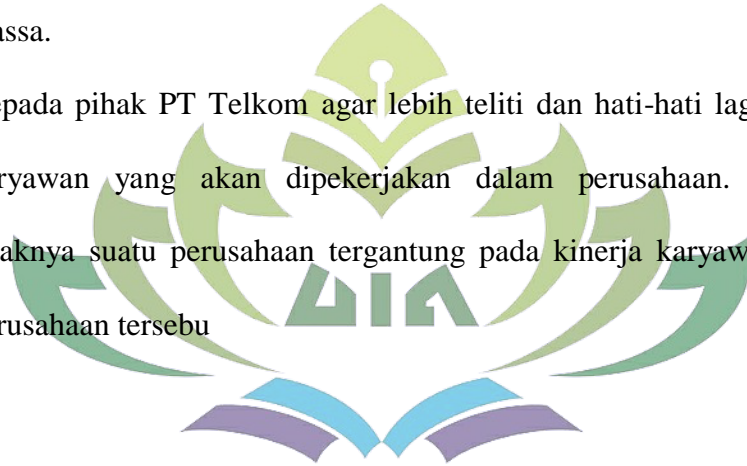
Leader Society adalah kemampuan yang di punyai seseorang untuk mempengaruhi orang-orang lain untuk bekerja mencapai tujuan dan sasaran. Kemampuan seseorang yang harus dimiliki oleh leader society yang dibutuhkan oleh PT Telkom antara lain kapasitas, kreatifitas, kredibilitas, karakter, dan kesesuaian.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis tentang rekrutmen karyawan pada PT Telkom cabang Lampung, dapat diambil kesimpulan bahwa Pelaksanaan perekrutan karyawan pada PT Telkom sebagian besar sudah sesuai dengan pelaksanaan rekrutmen yang dimaksud yaitu sesuai dengan perekrutan dalam perspektif dalam etika bisnis Islam, terbukti bahwa PT Telkom telah menggunakan kriteria keislaman yang terdapat dalam Al-Qur'an, yaitu seorang karyawan yang memiliki kekuatan, kecakapan, keadilan, dan kejujuran. Selain itu, PT Telkom menerapkan profesionalisme kerja dalam pandangan Syariah yaitu meliputi kafaah (*keahlian*), amanah (*terpercaya*), himatul 'amal (*etos kerja tinggi*).

## B. Saran

Dari hasil observasi langsung di PT Telkom cabang Lamoung, penulis memberikan beberapa saran bagi pihak PT Telkom antara lain:

1. Sebaiknya lebih diperbanyak informasi lowongan pekerjaan yang ada di PT Telkom. Tidak hanya di koran suara merdeka, info job lowker (JobsDB, Jobstreet saja) akan tetapi lebih meluas lagi seperti media massa iklan di tv, baliho, brosur, internet (facebook atau twitter dll) yang dilihat oleh banyak massa.
2. Kepada pihak PT Telkom agar lebih teliti dan hati-hati lagi dalam memilih karyawan yang akan dipekerjakan dalam perusahaan. Karena berhasil tidaknya suatu perusahaan tergantung pada kinerja karyawan yang dimiliki perusahaan tersebut



## Daftar Pustaka

- Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, Alfabeta, Bandung, 2013,
- Ahmad, Mustaq *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar 2001
- Al- Mawardi, *Al-Ahkam Al-Sulthaniyah*, Dar Al-Kitab, Beirut Libanon.
- Arifin, *Psikologi Dakwah Suatu Pengantar Studi*, Jakarta: Bumi Aksara, 1993
- Arep, Ishak Dan Hendri Tanjung. (2003). *Manajemen Motivasi*. Penerbit PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta.
- Basu Swastha, *Manajemen Penjualan*, Liberty Yogyakarta, Yogyakarta, 2005
- Department Agama , Ri, *Al-Quran Dan Terjemahannya*, Cv, Penerbit Diponegoro, Bandung, 2005,
- Erlangga.Thoha, Miftah. 1983. *Kepemimpinan Dalam Manajemen*. Jakarta: Rajawali Pers
- Hasan Aedy, *Teori Dan Aplikasi Etika Bisnis Islam* , Bandung: Alfabeta, 2011
- H. Salim . Hs . *Penerapan Teori Hukum Pada Penelitian*, Jakarta Raja Grafindo Persada, 2013
- Handoko Hani. T, *Manajemen Personalia Dan Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta: Liberty Cet 1, 1987
- Ibrahim Hasan, *Tarikh Al-Islam Al-Siyasi*, Juz I, Maktab An-Nahdah Al-Misriyah, 1979
- Imam Muedjiono, *Pemimpin Dan Kepemimpinan*, Yogyakarta: Uii Press, 2002
- Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2013,
- Ismail Nawawi, *Isu Nalar Ekonomi Islam*, Sidoarjo :Dwiputra Pustaka Jaya, 2013

- Iwang Bayu Ardiyansayh, Imam Suyadi Dan Edy Yulianto, "Upaya Peningkatan Volume Penjualan Sepeda Motor Yamaha Melalui Periklanan (Studi Pada Dealer Sepeda Motor Yamaha Pagora Jaya Tulungagung)", *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang, Vol, 15, No. 1 Oktober 2014,
- Kartono, Kartini, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, Maju Mundur, Bandung, 1996
- Malayu S. Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia Cet 6*, Jakarta: Inti Idayu Press, 1994
- Marhum Sayyid Ahmad Al-Hasyimi, *Mukhtarul Ahaadits Wa-Hukmu Al Muhammadiyah*
- Muhammad Ismail Yusanto Dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islamic*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002),
- Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis (Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesa Moral Ajaran Bumi)*. Jakarta : Penebar Plus, 2012
- Muhammad Dan Alimin, *Etika Perlindungan Konsumen Dan Ekonomi Islam*, Bpfe, Yogyakarta, 2004
- Mursi, Ahmad Hamid, *Sumber Daya Manusia Yang Produktif Pendekatan Al-Qur'an Dan Sain*, Yogyakarta : Gema Insani, 1997
- Muslich, *Etika Bisnis Islam*, Ekonosia, Yogyakarta, 2004.
- M. Nazir, *Metode Penelitian*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1988,
- Moh. Rifai, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*, Semarang : Cv Wicaksana, 1991
- Pius A Partanto Dan M. Dahlan Al Barry, *Kamus Ilmiah Populer*, Surabaya, Arkola, 1994
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, Erlangga, Jakarta, 2007,
- Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islam*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2004
- Rina Rachmawati, *Jurnal Kompetensi Teknik*, Vol. 2, No.2, Jurusan Teknologi Jasa Dan Produksi, Ft, Universitas Negeri Semarang, Mei 2011,
- Rosdakarya. Robbins, Stephen P. 2002. *Prinsip-Prinsip Perilaku Organisasi*. Jakarta.



Smail Nawawi, *Isu Nalar Ekonomi Islam* Sidoarjo: Dwiputra Pustaka Jaya, 2013

Suharto, Buana, Dan Ari, *Perekayasaan Metodologi Penelitian*, Yogyakarta, 2004.

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian 'Suatu Pendekatan Praktik'*; PT Rincka CiPTa, Jakarta, 1993,

Suharsim Arikunto, *Prosedur Penelitian*, Rineka CiPTa Ilmu, Jakarta, 2002,

Sutrisno,Edy.2009.*Manajemen Sumber Daya Manusia.Cet.2.Kencana;Jakarta.*

Suryana, *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat Dan Proses Menuju Sukses*, Salemba Empat, Jakarta,2006,

Soerjono Suekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, Jakarta: Rajawali Pers, 1987

Sofyan S.Harahap, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, Salemba Empat, Jakarta, 2011

Taha Jabir Al-Alwani, *Bisnis Islam*, Ak Group, Yogyakarta, 2005,

[Www.Telkom.Co.Id](http://www.Telkom.Co.Id)

Yani M, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Mitra Wacana Media, Jakarta, 2012

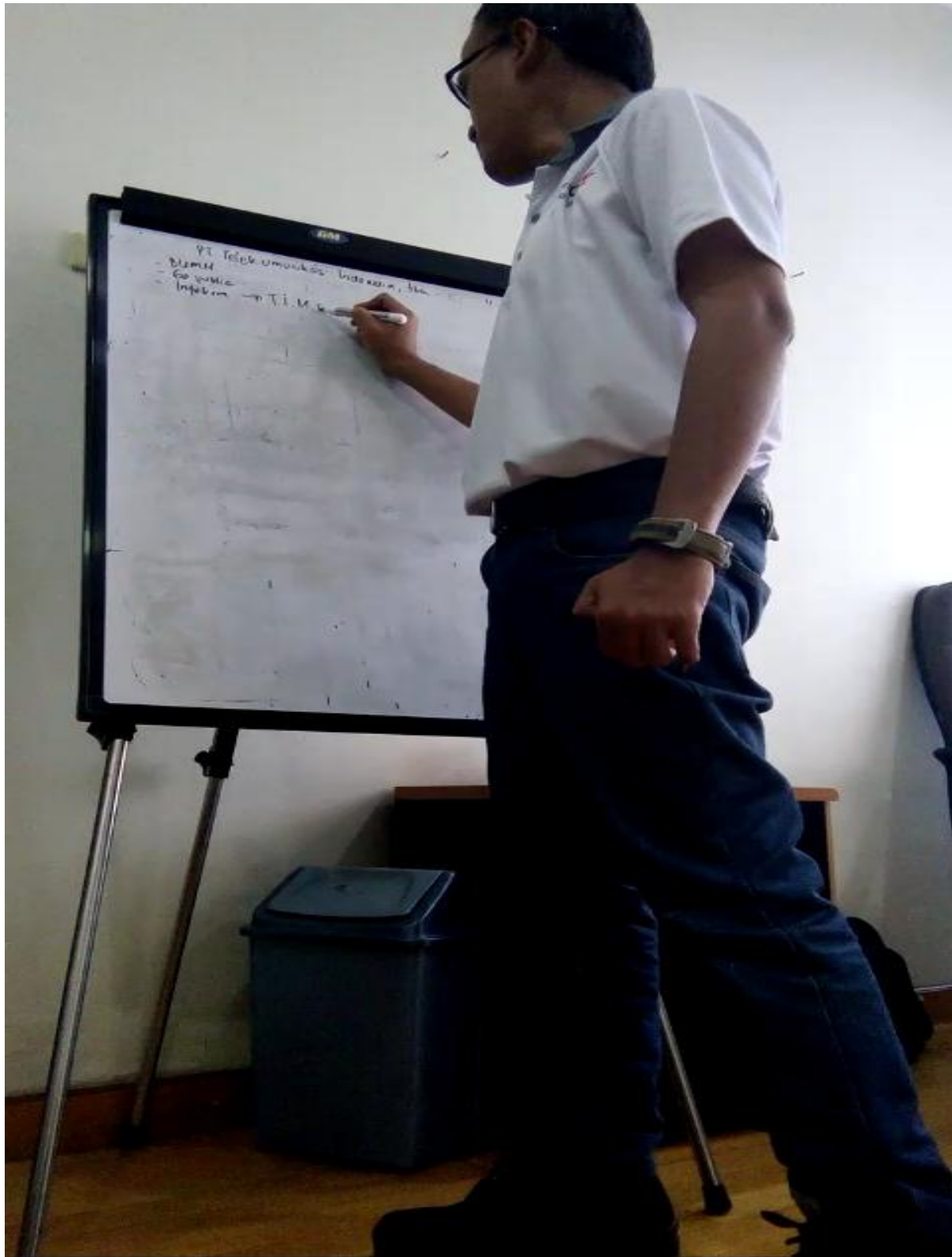
Wawancara Dengan *Manager Hrd Pak Agung*

Wilson Bangun, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Erlangga, 2012

[Www.Telkom.Co.Id](http://www.Telkom.Co.Id)

Yusuf Qardawi, *Peran Nilai Dan Moral Dalam Perekonomian Islam*, Rabbani Press, Jakarta,2011

Zen Abdurahman, *Strategi Genius Marketing Ala Rosulullah*, Diva Press, Jogjakarta, 2011



WAWANCARA DENGAN PAK AGUNG SELAKU MANAGER HRD PT TELKOM LAMPUNG