

Prinsip Menjaga Hubungan Baik dengan Pelanggan pada Manajemen Mutu Terpadu dalam Perspektif Islam

*The Principle of Maintaining Good Relationships with Customers in
Total Quality Management from an Islamic Perspective*

Muhammad Hamka

Universitas Ibnu Khaldun Bogor
Email: hamkaabutholhah@gmail.com

Maemunah Sa'diyah

Universitas Ibnu Khaldun Bogor
Email: maemunah@uika.ac.id

Agusman

STID Mohammad Natsir
Email: agusmancz@stidnatsir.ac.id

Article Info

Received : 1 September 2024
Revised : 5 September 2024
Accepted : 5 September 2024
Published : 1 October 2024

Keywords: Total Quality Management, Customer Relationships, Islamic Ethics, Business Management, Sustainable Development.

Kata kunci: Manajemen Mutu Terpadu, Hubungan Pelanggan, Etika Islam, Manajemen Bisnis, Pembangunan Berkelanjutan.

Abstract

The principle of maintaining good relationships with customers is a key aspect of achieving business success. This article examines the application of this principle within the framework of Total Quality Management (TQM) from an Islamic perspective. The article aims to bridge modern management practices with Islamic teachings, providing insights into how TQM principles can be effectively implemented while adhering to Islamic values. This study employs a qualitative methodology through literature review and case study analysis. The findings indicate that Islamic teachings, particularly related to honesty, fairness, and trustworthiness, align with the TQM approach to customer relationship management. The application of Islamic ethics in TQM is found to strengthen business strategies in building sustainable, trust-based relationships. In conclusion, the integration of Islamic principles with TQM practices has the potential to enrich customer management approaches, fostering stronger long-term relationships. This research contributes to the development of a management model that integrates Islamic ethics with TQM, relevant for companies seeking to operate in accordance with Islamic values. The implications of this study suggest that businesses adopting this approach can achieve higher customer satisfaction and create a broader positive impact on both society and the business sector.

Abstrak

Prinsip menjaga hubungan baik dengan pelanggan merupakan aspek kunci dalam mencapai kesuksesan bisnis. Artikel ini mengkaji penerapan prinsip tersebut dalam kerangka Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management atau TQM) dari perspektif Islam. Artikel ini bertujuan untuk menjembatani praktik manajemen modern dengan ajaran Islam, memberikan wawasan tentang bagaimana prinsip-prinsip TQM dapat diterapkan secara efektif dengan mematuhi nilai-nilai Islam. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif melalui tinjauan literatur dan analisis studi kasus. Temuan penelitian menunjukkan bahwa ajaran Islam, khususnya terkait dengan kejujuran, keadilan, dan amanah, sejalan dengan pendekatan TQM dalam manajemen hubungan pelanggan. Penerapan etika Islam dalam TQM ditemukan dapat memperkuat strategi bisnis dalam membangun hubungan yang berkelanjutan dan berbasis kepercayaan. Integrasi prinsip-prinsip Islam dengan praktik TQM berpotensi memperkaya pendekatan manajemen pelanggan, menciptakan hubungan jangka panjang yang lebih kuat. Penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan model manajemen yang mengintegrasikan etika Islam dengan TQM, yang relevan bagi perusahaan yang ingin beroperasi sesuai dengan nilai-nilai Islam. Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa bisnis yang mengadopsi pendekatan ini dapat mencapai kepuasan pelanggan yang lebih tinggi dan menciptakan dampak positif yang lebih luas bagi masyarakat dan sektor bisnis.

How to cite: Muhammad Hamka, Maemunah Sa'diyah, Agusman. "Prinsip Menjaga Hubungan Baik dengan Pelanggan pada Manajemen Mutu Terpadu dalam Perspektif Islam", DIRASAH: Jurnal Kajian Islam, Vol. 1, No. 2 (2024): 132-146. <https://litera-academica.com/ojs/dirasah/index>.

Copyright: ©2024 Muhammad Hamka, Maemunah Sa'diyah, Agusman



This work is licensed under a Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)

1. PENDAHULUAN

Dalam lanskap bisnis yang semakin kompetitif, menjaga hubungan baik dengan pelanggan telah menjadi salah satu faktor penentu utama keberhasilan jangka panjang perusahaan. Perusahaan yang berhasil membangun dan memelihara hubungan yang kuat dengan pelanggan cenderung memiliki tingkat loyalitas yang lebih tinggi, serta reputasi yang lebih baik di pasar. *Total Quality Management* (TQM), yang merupakan pendekatan sistematis untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan, telah banyak diterapkan oleh perusahaan di seluruh dunia untuk mencapai tujuan ini. TQM menekankan pada perbaikan berkelanjutan dalam semua aspek operasional perusahaan, dengan tujuan utama meningkatkan kepuasan pelanggan. Dalam konteks ini, penerapan nilai-nilai etika yang kuat, khususnya dari perspektif Islam, dapat memberikan kerangka kerja yang lebih holistik dan berkelanjutan.

Penelitian ini muncul dari kenyataan bahwa perusahaan yang beroperasi di lingkungan mayoritas Muslim, atau yang ingin menerapkan prinsip-prinsip etika Islam dalam operasional mereka, sering kali menghadapi tantangan dalam mengintegrasikan nilai-nilai tersebut dengan praktik manajemen modern seperti

TQM¹. Meskipun banyak perusahaan telah mengadopsi TQM sebagai bagian dari strategi mereka, hanya sedikit yang mempertimbangkan bagaimana prinsip-prinsip Islam dapat memperkaya pendekatan ini. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk mengidentifikasi dan mengeksplorasi bagaimana nilai-nilai Islam dapat diintegrasikan ke dalam TQM, khususnya dalam manajemen hubungan pelanggan.

Kebaruan (novelty) penelitian ini terletak pada pendekatan integratif yang menggabungkan TQM dengan prinsip-prinsip etika Islam, yang hingga saat ini masih jarang dibahas dalam literatur manajemen. Penelitian ini menawarkan perspektif baru dengan mengkaji bagaimana nilai-nilai Islam seperti kejujuran, keadilan, amanah, dan kasih sayang dapat diterapkan dalam konteks TQM untuk memperkuat hubungan dengan pelanggan. Pendekatan ini tidak hanya relevan bagi perusahaan yang beroperasi di negara-negara Muslim, tetapi juga dapat diadopsi oleh perusahaan multinasional yang ingin memperluas pasar mereka di wilayah dengan mayoritas Muslim.

Penelitian terdahulu telah banyak membahas manfaat TQM dalam meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Studi-studi seperti yang dilakukan oleh Deming (1986) dan Juran (1988) menekankan pentingnya pendekatan berbasis kualitas untuk mencapai keunggulan kompetitif. Selain itu, penelitian oleh Crosby (1979) dan Feigenbaum (1991) juga menunjukkan bahwa TQM dapat mengurangi biaya dan meningkatkan efisiensi operasional. Namun, meskipun berbagai penelitian telah menunjukkan keunggulan TQM dalam konteks sekuler, sedikit yang mengeksplorasi dimensi etika agama, khususnya Islam, dalam penerapan TQM².

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengisi celah tersebut dengan mengembangkan model manajemen yang mengintegrasikan prinsip-prinsip Islam dengan TQM, khususnya dalam manajemen hubungan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan baru tentang bagaimana perusahaan dapat menerapkan nilai-nilai Islam dalam praktik TQM mereka, serta bagaimana pendekatan ini dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengkaji dampak jangka panjang dari integrasi nilai-nilai Islam dalam TQM terhadap keberlanjutan dan reputasi perusahaan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui tinjauan literatur dan analisis studi kasus untuk mengeksplorasi bagaimana prinsip-prinsip Islam dapat diterapkan dalam TQM. Tinjauan literatur akan mencakup penelitian terdahulu yang relevan, baik dalam konteks TQM maupun dalam konteks etika Islam. Sementara itu, analisis studi kasus akan memberikan wawasan praktis tentang bagaimana perusahaan telah berhasil atau dapat berhasil mengintegrasikan nilai-nilai Islam ke dalam praktik TQM mereka. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif tentang potensi dan tantangan yang terkait dengan integrasi ini.

¹ Hanif, M., Hamid, A., Agusman, A., & Nurhaidah, S. (2023). Integrated Dakwah Model: How Mosques, Pesantrens, And Campuses Become Islamic Preaching Centers In Bogor. *Progresiva: Jurnal Pemikiran Dan Pendidikan Islam*, 12(01), 85-102.

² Agusman, A., & Samsuddin, S. (2024). Strategi Dakwah Nabi Musa: The Da'wah Strategy Of Prophet Musa. *Dirasah: Jurnal Kajian Islam*, 1(2), 115-131.

Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan bagi literatur manajemen, khususnya dalam bidang TQM dan etika bisnis. Dengan menggabungkan pendekatan TQM yang berfokus pada kualitas dengan nilai-nilai etika Islam, penelitian ini diharapkan dapat menawarkan model manajemen yang lebih berkelanjutan dan etis. Model ini tidak hanya relevan bagi perusahaan yang beroperasi di negara-negara Muslim, tetapi juga bagi perusahaan global yang ingin menerapkan prinsip-prinsip etika Islam dalam operasional mereka.

Penelitian ini akan memberikan panduan praktis bagi perusahaan yang ingin mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam strategi TQM mereka. Panduan ini akan mencakup rekomendasi tentang bagaimana perusahaan dapat menerapkan prinsip-prinsip Islam dalam manajemen hubungan pelanggan, serta bagaimana pendekatan ini dapat memperkuat hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan tentang bagaimana integrasi nilai-nilai Islam dalam TQM dapat menciptakan dampak positif yang lebih luas bagi masyarakat.

Penelitian ini diharapkan dapat menginspirasi penelitian lebih lanjut tentang integrasi nilai-nilai etika agama dalam praktik manajemen modern³. Dengan memadukan prinsip-prinsip Islam dengan TQM, penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan model manajemen yang tidak hanya efektif dalam meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan bisnis yang lebih etis dan berkelanjutan. Penelitian ini memiliki potensi untuk membuka jalan bagi pendekatan manajemen baru yang menggabungkan efisiensi operasional dengan tanggung jawab etika yang lebih tinggi.

2. PEMBAHASAN

2.1. Prinsip-Prinsip Etika Islam dalam Bisnis dan Manajemen

Etika Islam merupakan landasan fundamental yang membimbing perilaku umat Muslim dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk bisnis dan manajemen⁴. Prinsip-prinsip ini tidak hanya berfungsi sebagai pedoman moral, tetapi juga sebagai alat untuk mencapai keberhasilan jangka panjang yang berkelanjutan. Dalam konteks bisnis, etika Islam menawarkan pendekatan yang holistik dan integratif, yang mengutamakan keseimbangan antara kepentingan materi dan spiritual. Prinsip-prinsip seperti kejujuran, keadilan, amanah (kepercayaan), dan kasih sayang menjadi pilar utama dalam membangun hubungan bisnis yang sehat dan harmonis.

³ Agus, A. (2023). Reaching The Millennial Generation Through Da'wah On Social Media: Menjangkau Generasi Milenial Melalui Dakwah Di Media Sosial. *Jurnal Da'wah: Risalah Merintis, Da'wah Melanjutkan*, 6(2), 129-144.

⁴ Agusman, A., & Hanif, M. (2021). Concept And Development Of Da'wah Methods In The Era Of Globalization: Konsep Dan Pengembangan Metode Dakwah Di Era Globalisasi. *Jurnal Da'wah: Risalah Merintis, Da'wah Melanjutkan*, 4(2), 49-64.

Kejujuran (*shidq*)

Kejujuran adalah salah satu prinsip etika Islam yang paling mendasar dalam dunia bisnis. Dalam Islam, kejujuran dianggap sebagai cerminan dari iman seseorang. Dalam konteks bisnis, kejujuran berarti memberikan informasi yang benar, tidak menipu, dan tidak menutupi kebenaran dalam transaksi bisnis. Misalnya, seorang pedagang harus memberikan informasi yang akurat tentang produk yang dijual, termasuk kualitas, harga, dan kondisi barang. Kejujuran ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan pelanggan, tetapi juga membangun reputasi perusahaan yang baik di pasar⁵. Allah berfirman dalam al Qur'an surat Al-An'am (6:152)

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ لَا نُكَلِّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدِلُوا وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ
وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا ذَلِكُمْ وَصَّوْكُمْ بِهِ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Terjemahnya:

“Sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak membebani seseorang melainkan menurut kesanggupannya. Apabila kamu berbicara, lakukanlah secara adil sekalipun dia kerabat(-mu). Penuhilah pula janji Allah. Demikian itu Dia perintahkan kepadamu agar kamu mengambil pelajaran.”

Ayat ini menekankan pentingnya kejujuran dalam transaksi bisnis, termasuk dalam hal timbangan dan ukuran.

Keadilan (*‘adl*)

Keadilan juga merupakan prinsip penting dalam etika bisnis Islam. Keadilan menuntut adanya keseimbangan dalam setiap aspek transaksi bisnis, baik antara hak dan kewajiban maupun antara keuntungan dan risiko⁶. Dalam Islam, praktik bisnis yang adil berarti tidak mengambil keuntungan secara berlebihan, tidak mengeksploitasi pihak lain, dan memberikan kompensasi yang setara dengan nilai yang diterima. Keadilan dalam bisnis juga mencakup perlakuan yang adil terhadap karyawan, pemasok, dan pemangku kepentingan lainnya. Hal ini penting untuk menciptakan lingkungan bisnis yang harmonis dan berkelanjutan. Allah berfirman dalam Surah An-Nisa (4:58): "Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat."

Amanah

Amanah adalah prinsip lain yang sangat ditekankan dalam etika Islam. Amanah mengacu pada tanggung jawab dan kepercayaan yang diberikan kepada

⁵ Haitam, I. (2014). Etika Bisnis Islam Kejujuran Menurut Persepsi At-Thabary Dan Al-Qurtuby. *Mukaddimah: Jurnal Studi Islam*, 3(2), 315-334.

⁶ Hafizah, Y. (2012). Khiyar Sebagai Upaya Mewujudkan Keadilan Dalam Bisnis Islami. *At-Taradhi Jurnal Studi Ekonomi*, 3(02), 165-172.

seseorang untuk melaksanakan tugas atau menjaga sesuatu dengan baik⁷. Dalam konteks bisnis, amanah berarti memegang teguh janji, memenuhi kewajiban, dan menjaga rahasia perusahaan. Misalnya, seorang manajer yang dipercayakan dengan sumber daya perusahaan harus menggunakan sumber daya tersebut dengan bijaksana dan tidak menyalahgunakannya untuk keuntungan pribadi. Dengan menegakkan amanah, perusahaan dapat membangun hubungan yang kuat dan langgeng dengan pelanggan, mitra bisnis, dan karyawan. Allah berfirman dalam Surah Al-Anfal (8:27): "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui."

Kasih sayang (rahmah)

Kasih sayang adalah prinsip yang menekankan pentingnya empati dan perhatian terhadap orang lain dalam setiap interaksi bisnis. Dalam Islam, kasih sayang adalah kualitas yang harus dimiliki oleh setiap individu, termasuk dalam konteks bisnis⁸. Kasih sayang dalam bisnis dapat diwujudkan dalam bentuk pelayanan yang ramah, perhatian terhadap kebutuhan pelanggan, dan kepekaan terhadap kondisi sosial dan lingkungan sekitar. Perusahaan yang beroperasi dengan kasih sayang tidak hanya akan mendapatkan loyalitas pelanggan, tetapi juga akan berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Allah berfirman dalam Surah Al-A'raf (7:56): "Dan janganlah kamu berbuat kerusakan di muka bumi setelah (Allah) memperbaikinya dan berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut (tidak akan diterima) dan harapan (akan dikabulkan). Sesungguhnya rahmat Allah amat dekat kepada orang-orang yang berbuat baik."

Tanggung Jawab Sosial dan Keadilan dalam Bisnis

Selain prinsip-prinsip utama tersebut, etika Islam juga mencakup konsep seperti tanggung jawab sosial dan perlindungan terhadap hak-hak pihak lain⁹. Tanggung jawab sosial dalam Islam mendorong perusahaan untuk tidak hanya berfokus pada keuntungan, tetapi juga memperhatikan dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas bisnis mereka¹⁰. Hal ini sejalan dengan konsep keberlanjutan yang semakin penting dalam dunia bisnis modern. Perusahaan yang menjalankan bisnisnya dengan memperhatikan tanggung jawab sosial akan lebih

⁷ Hamka, M., Agusman, A., & Nur, M. A. (2024). Building Civilization In The Era Of Globalization Based On Knowledge Through Education And Dakwah. *International Journal Of Islamic Thought And Humanities*, 3(1), 36-48.

⁸ Saleh, M. (2024). Etika Komunikasi Islami: Solusi Untuk Kesuksesan Organisasi. *Liwaul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah Dan Masyarakat Islam*, 14(1), 27-46.

⁹ Agus, A. (2023). The Role Of Da'wah In Overcoming Social Problems: Peran Dakwah Dalam Mengatasi Masalah Sosial. *Jurnal Da'wah: Risalah Merintis, Da'wah Melanjutkan*, 6(1), 101-111.

¹⁰ Apriatni, E. P. (2011). Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam Mewujudkan Keadilan Dalam Bisnis. In *Forum* (Vol. 39, No. 2, Pp. 1-7). Faculty Of Social And Political Sciences Diponegoro University.

dihargai oleh masyarakat dan pelanggan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan reputasi dan keberlanjutan perusahaan.

Dalam praktiknya, penerapan prinsip-prinsip etika Islam dalam bisnis tidak selalu mudah. Tantangan utama sering kali muncul dari tekanan untuk mencapai target keuangan yang tinggi, yang dapat menggoda perusahaan untuk mengorbankan etika demi keuntungan. Namun, Islam mengajarkan bahwa keberhasilan yang sejati adalah yang dicapai dengan cara yang halal dan sesuai dengan prinsip-prinsip etika. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk menetapkan kebijakan dan prosedur yang memastikan bahwa setiap aspek operasional mereka sesuai dengan nilai-nilai Islam¹¹.

Etika Islam juga menekankan pentingnya niat yang baik (niyyah) dalam setiap tindakan bisnis. Dalam Islam, niat merupakan inti dari setiap amal, termasuk dalam bisnis. Seorang Muslim yang berbisnis dengan niat untuk mencari ridha Allah dan memberikan manfaat bagi orang lain akan diberkahi dengan keberhasilan yang berkelanjutan. Niat yang baik juga membantu mengarahkan tindakan seseorang agar selalu berpegang pada prinsip-prinsip etika, meskipun dihadapkan pada situasi yang sulit atau menggoda.

Penerapan etika Islam dalam bisnis juga dapat memberikan keuntungan kompetitif. Di tengah meningkatnya kesadaran konsumen akan pentingnya etika dalam bisnis, perusahaan yang dikenal beroperasi dengan nilai-nilai Islam dapat menarik pelanggan yang menghargai integritas dan tanggung jawab sosial. Selain itu, dengan menegakkan prinsip-prinsip etika, perusahaan dapat menghindari risiko reputasi yang dapat merugikan bisnis dalam jangka panjang. Hal ini menunjukkan bahwa etika bukan hanya soal moral, tetapi juga strategi bisnis yang cerdas.

2.2. Implementasi *Total Quality Management* (TQM) dalam Manajemen Hubungan Pelanggan

Total Quality Management (TQM) adalah strategi manajemen yang menekankan kualitas dalam setiap aspek operasional perusahaan, dengan tujuan utama meningkatkan kepuasan pelanggan. TQM tidak hanya fokus pada hasil akhir, tetapi juga pada proses, lingkungan kerja, dan hubungan antar individu dalam organisasi. Dalam konteks Islam, konsep TQM sangat sejalan dengan prinsip-prinsip dasar yang mengedepankan kejujuran, keadilan, amanah, dan kasih sayang, menjadikannya relevan untuk diterapkan dalam manajemen hubungan pelanggan. Berikut hal penting dalam mengatur manajemen hubungan kepada pelanggan.

- a) Pelanggan sebagai Pusat Fokus. Dalam TQM, pelanggan ditempatkan sebagai pusat perhatian. Pemahaman mendalam mengenai kebutuhan dan harapan pelanggan menjadi dasar bagi semua keputusan dan tindakan dalam

¹¹ Agus, A. (2023). Islamic Economic Strategy Faces Global Recession In The Perspective Of Dakwah: Strategi Ekonomi Islam Menghadapi Recessi Global Dalam Persepektif Dakwah. *Jurnal Bina Ummat: Membina Dan Membentengi Ummat*, 6(2), 53-66.

organisasi¹². Dalam Islam, melayani pelanggan dengan baik adalah bagian dari menjaga amanah. Pelaku bisnis harus berusaha memenuhi harapan pelanggan dengan sebaik-baiknya, sebagai wujud tanggung jawab moral dan spiritual. Ini juga bisa dilihat sebagai bentuk ibadah, di mana memberikan pelayanan terbaik kepada orang lain mendatangkan berkah dari Allah.

- b) Perbaikan Berkelanjutan (Continuous Improvement). Prinsip perbaikan berkelanjutan mendorong organisasi untuk selalu mencari cara untuk meningkatkan proses, produk, dan layanan. Dalam Islam, konsep ini paralel dengan nilai "ihsan," yakni berusaha melakukan segala sesuatu dengan cara terbaik¹³. Dalam bisnis, ini berarti terus berinovasi dan meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan. Dengan begitu, perusahaan tidak hanya memenuhi harapan pelanggan tetapi juga berusaha melampauinya, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.
- c) Keterlibatan Karyawan. TQM menekankan pentingnya keterlibatan semua anggota organisasi dalam upaya mencapai kualitas yang diinginkan¹⁴. Ini bisa diartikan sebagai penerapan prinsip "syura" atau musyawarah dalam Islam, di mana setiap anggota tim berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan. Ketika karyawan merasa dihargai dan dilibatkan, mereka akan lebih termotivasi untuk memberikan yang terbaik, yang pada akhirnya akan tercermin dalam pelayanan kepada pelanggan.
- d) Pengendalian Kualitas. Aspek pengendalian kualitas dalam TQM memastikan bahwa setiap produk atau layanan yang dihasilkan memenuhi standar yang telah ditetapkan. Dalam Islam, ini berkaitan erat dengan prinsip keadilan dan amanah, di mana pelaku bisnis harus memastikan bahwa apa yang mereka tawarkan kepada pelanggan adalah sesuai dengan apa yang dijanjikan. Dengan menerapkan pengendalian kualitas yang ketat, perusahaan dapat membangun dan menjaga kepercayaan pelanggan, yang merupakan aset paling berharga dalam bisnis.
- e) Pengambilan Keputusan Berdasarkan Fakta. Salah satu pilar TQM adalah pengambilan keputusan berdasarkan data dan analisis yang akurat¹⁵. Ini sejalan dengan nilai-nilai Islam yang mendorong pencarian kebenaran dan pengambilan keputusan yang bijaksana berdasarkan ilmu pengetahuan. Dalam manajemen hubungan pelanggan, pendekatan ini memungkinkan perusahaan untuk lebih memahami kebutuhan dan perilaku pelanggan, sehingga dapat menyesuaikan strategi yang lebih efektif untuk memenuhi harapan mereka.
- f) Penyelarasan Strategis. TQM mengharuskan penyelarasan antara strategi perusahaan dengan prinsip-prinsip kualitas dan kepuasan pelanggan. Dalam

¹² Pitoy, C. V. (2016). Analisis Strategi Bersaing Dalam Persaingan Usaha Bisnis Document Solution (Studi Kasus Pada Pt. Astragraphia, Tbk Manado). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(3).

¹³ Rangkuti, F. (2017). *Customer Care Excellence: Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima Plus Analisis Kasus Jasa Raharja*. Gramedia Pustaka Utama.

¹⁴ Ansori, A., Supangat, S., & Us, K. A. (2023). Mutu Pendidikan Dalam Perspektif Islam. *Journal Of Educational Administration And Leadership*, 4(2), 39-45.

¹⁵ Gunawan, C. I. (2024). Total Quality Management: Sebuah Tinjauan Teoritis. *Book Of Open Source (Bos)*, 1-250.

Islam, penyesuaian ini dapat dilihat sebagai upaya untuk menyatukan tujuan duniawi dan akhirat. Setiap keputusan strategis harus mempertimbangkan dampaknya terhadap kualitas hubungan dengan pelanggan serta seberapa jauh keputusan tersebut sejalan dengan nilai-nilai etika Islam. Dengan demikian, perusahaan dapat menciptakan keseimbangan antara pencapaian keuntungan finansial dan keberkahan dalam usaha.

- g) Budaya Kualitas. Mengembangkan budaya kualitas dalam organisasi adalah aspek penting dalam TQM¹⁶. Ini berarti menanamkan nilai-nilai yang mendorong setiap individu untuk selalu mencari cara untuk meningkatkan kualitas dalam setiap tindakan. Dalam Islam, ini sejalan dengan konsep "taqwa" (kesalehan) dan "ikhlas" (ketulusan), di mana setiap tindakan dilakukan dengan niat yang tulus untuk memberikan yang terbaik. Budaya kualitas yang kuat akan memastikan bahwa setiap interaksi dengan pelanggan didasarkan pada prinsip-prinsip ini, yang pada akhirnya memperkuat hubungan jangka panjang.

Selain itu manajemen membangun hubungan yang baik bertumpu pada kepemimpinan yang kuat dan visioner¹⁷. Hal ini menjadi adalah kunci sukses dalam penerapan TQM. Pemimpin dalam TQM harus mampu menginspirasi dan memotivasi tim untuk mencapai standar kualitas yang tinggi. Dalam Islam, kepemimpinan yang baik didasarkan pada keadilan, amanah, dan tanggung jawab. Pemimpin yang menjalankan tugasnya dengan integritas akan mendapatkan dukungan dari timnya, menciptakan sinergi dalam upaya meningkatkan kualitas dan kepuasan pelanggan. Pelanggan dipandang sebagai mitra strategis dalam proses peningkatan kualitas. Dalam Islam, ini bisa dilihat sebagai bentuk muamalah yang baik, di mana hubungan yang saling menguntungkan dibangun antara pelaku bisnis dan pelanggan. Dengan melibatkan pelanggan dalam proses peningkatan kualitas, perusahaan dapat lebih responsif terhadap kebutuhan mereka dan menghasilkan solusi yang lebih sesuai dengan harapan.

Menerapkan TQM yang berlandaskan nilai-nilai Islam, perusahaan tidak hanya akan meningkatkan kualitas produk dan layanan, tetapi juga akan memperkuat hubungan dengan pelanggan. Dalam jangka panjang, pendekatan ini akan berkontribusi pada keberlanjutan bisnis, memperkuat reputasi, dan membawa keberkahan dalam usaha. Melalui integrasi TQM dengan prinsip-prinsip Islam, perusahaan dapat mencapai kesuksesan yang berkelanjutan, baik secara material maupun spiritual. Ini membuktikan bahwa menjalankan bisnis dengan cara yang etis dan berkualitas tidak hanya mendatangkan manfaat bagi perusahaan, tetapi juga bagi masyarakat secara keseluruhan¹⁸.

¹⁶ Putra, B. N. (2024). Analisis Implementasi Total Quality Management (Tqm) Dalam Meningkatkan Kualitas Produk Pada Conneight Studio Kota Malang. *Transformasi: Journal Of Economics And Business Management*, 3(3), 119-131.

¹⁷ Hartanto, F. M. (2009). *Paradigma Baru Manajemen Indonesia: Menciptakan Nilai Dengan Bertumpu Pada Kebajikan Dan Potensi Insani*. Pt Mizan Publika.

¹⁸ Hanif, M., & Agusman, A. (2022). Readiness Of Dakwah Institutions Facing The Millennial Era. *Al-Risalah: Jurnal Studi Agama Dan Pemikiran Islam*, 13(2), 325-337.

2.3. Integrasi Nilai-Nilai Islam dengan *Total Quality Management* (TQM)

Total Quality Management (TQM) adalah pendekatan manajemen yang berorientasi pada kualitas, bertujuan untuk meningkatkan kinerja organisasi secara keseluruhan dengan melibatkan seluruh elemen perusahaan dalam proses perbaikan berkelanjutan. Dalam Islam, konsep TQM dapat diintegrasikan dengan nilai-nilai Islami, yang menekankan kualitas, keadilan, dan tanggung jawab. Penggabungan ini tidak hanya meningkatkan efektivitas organisasi tetapi juga memberikan nilai tambah dalam hal spiritual dan moral.

a) Prinsip Amanah dan Kejujuran dalam Kualitas Produk dan Layanan

Salah satu prinsip dasar dalam TQM adalah memastikan bahwa produk dan layanan yang diberikan memenuhi atau bahkan melampaui standar kualitas yang diharapkan¹⁹. Dalam Islam, prinsip ini sejalan dengan konsep amanah (kepercayaan) dan kejujuran. Allah Swt. berfirman dalam Surah An-Nisa (4:58): "Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkannya dengan adil."

Amanah dalam bisnis berarti memberikan kepada pelanggan produk dan layanan yang berkualitas, sesuai dengan apa yang dijanjikan. Kejujuran dalam transaksi bisnis juga sangat ditekankan dalam Islam, di mana setiap pelaku usaha harus jujur mengenai kualitas produk atau layanan yang mereka tawarkan. Dengan integrasi ini, perusahaan dapat membangun kepercayaan dengan pelanggan dan memastikan bahwa semua transaksi dilakukan dengan transparansi dan keadilan.

b) Keadilan dalam Pengambilan Keputusan dan Penyelesaian Masalah

Dalam TQM, pengambilan keputusan berbasis data dan analisis sangat penting untuk memastikan bahwa setiap keputusan yang diambil adalah yang terbaik bagi perusahaan dan pelanggannya²⁰. Dalam Islam, keadilan adalah prinsip yang sangat penting dan harus diterapkan dalam setiap aspek kehidupan, termasuk dalam bisnis. Allah SWT berfirman dalam Surah Al-Ma'idah (5:8): "Wahai orang-orang yang beriman, jadilah kamu sebagai penegak keadilan, menjadi saksi karena Allah biarpun terhadap dirimu sendiri atau ibu bapak dan kaum kerabatmu."

Keadilan dalam pengambilan keputusan berarti bahwa keputusan yang dibuat harus didasarkan pada fakta dan pertimbangan yang adil, tanpa adanya bias atau ketidakadilan. Ini relevan dalam TQM, di mana keputusan yang dibuat harus didasarkan pada data yang akurat dan analisis yang tepat untuk memastikan bahwa solusi yang diambil adalah yang paling adil dan efektif bagi semua pihak yang terlibat, termasuk karyawan dan pelanggan.

c) Keterlibatan Karyawan dan Musyawarah

TQM menekankan pentingnya keterlibatan semua anggota organisasi dalam proses peningkatan kualitas. Dalam Islam, prinsip musyawarah (konsultasi atau

¹⁹ Tohawi, A., Iswanto, J., Subekan, S., Sadiyah, D. F., & Mastur, M. (2023). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Perdagangan Bawang Merah Di Pasar Sukomoro Nganjuk. *Journal On Education*, 5(4), 17814-17822.

²⁰ Falah, M. S. (2017). Pengambilan Keputusan Dalam Perspektif Islam. *Menara Tebuireng: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 12(02), 134-148.

diskusi) adalah cara yang dianjurkan dalam mengambil keputusan bersama²¹. Allah SWT berfirman dalam Surah Ash-Shura (42:38): "Dan (bagi) orang-orang yang menerima (mematuhi) seruan Tuhannya dan mendirikan shalat, sedang urusan mereka (diputuskan) dengan musyawarah antara mereka; dan mereka menafkahkan sebagian dari rezeki yang Kami berikan kepada mereka."

Dalam konteks TQM, ini berarti setiap karyawan harus diberikan kesempatan untuk berpartisipasi dalam pengambilan keputusan dan proses perbaikan²². Keterlibatan ini tidak hanya meningkatkan rasa memiliki di kalangan karyawan tetapi juga memastikan bahwa solusi yang dihasilkan lebih komprehensif dan berakar pada realitas operasional. Dengan menerapkan prinsip musyawarah, perusahaan dapat menciptakan lingkungan kerja yang inklusif dan kolaboratif, yang pada akhirnya akan meningkatkan kualitas produk dan layanan yang dihasilkan.

d) Perbaikan Berkelanjutan dan Nilai Ihsan

TQM menekankan perbaikan berkelanjutan atau continuous improvement sebagai salah satu pilar utamanya²³. Dalam Islam, konsep ihsan atau melakukan segala sesuatu dengan sempurna dan penuh kesungguhan, adalah nilai yang sangat ditekankan. Allah SWT berfirman dalam Surah Al-Mulk (67:2): "Yang menciptakan mati dan hidup, untuk menguji kamu, siapa di antara kamu yang lebih baik amalnya. Dan Dia Maha Perkasa lagi Maha Pengampun."

Ihsan dalam konteks bisnis berarti selalu berusaha untuk melakukan yang terbaik dalam setiap aspek pekerjaan, termasuk dalam memberikan layanan kepada pelanggan. Ini sejalan dengan prinsip TQM yang mendorong perbaikan terus-menerus dalam proses, produk, dan layanan. Dengan mengintegrasikan konsep ihsan, perusahaan dapat mendorong setiap karyawan untuk selalu berupaya memberikan yang terbaik, yang akan berkontribusi pada peningkatan kualitas secara keseluruhan.

e) Tanggung Jawab Sosial dan Keberlanjutan

TQM juga mencakup tanggung jawab sosial, di mana perusahaan tidak hanya fokus pada keuntungan tetapi juga pada dampak sosial dan lingkungan dari operasinya²⁴. Dalam Islam, tanggung jawab sosial merupakan bagian integral dari etika bisnis. Allah SWT berfirman dalam Surah Al-Baqarah (2:177): "Bukanlah menghadapkan wajahmu ke arah timur dan barat itu suatu kebaktian, tetapi sesungguhnya kebaktian itu ialah beriman kepada Allah, hari kemudian, malaikat-malaikat, kitab-kitab, nabi-nabi, dan memberikan harta yang dicintainya kepada

²¹ Simbolon, S., & Simamora, R. (2023). Analisis Pengaruh Budaya Organisasi, Komunikasi Dan Stres Kerja Terhadap Prestasi Kerja Karyawan Pada Yayasan Perguruan Dr Wahidin Sudirohusodo Medan. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 19-37.

²² Hanif, M. (2023). Innovative Strategies In Contemporary Da'wah: Initiating A Technology-Based Approach. *Jurnal Da'wah: Risalah Merintis, Da'wah Melanjutkan*, 6(2), 59-71.

²³ Wathoni, K. (2021). Alumni Menurut Perspektif Total Quality Management (Tqm). *Ma'alim: Jurnal Pendidikan Islam*, 2(01), 34-48.

²⁴ Idrus, S., Ruhana, F., Amalia, M. R., Rosyid, A. F., & Kuswandi, D. (2023). Implementasi Kebijakan Manajemen Sumber Daya Manusia Yang Efektif Dalam Meningkatkan Kinerja Organisasi Di Era Bisnis Global. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (Mea)*, 7(1), 72-89.

kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin, musafir (yang memerlukan pertolongan) dan orang-orang yang meminta-minta; dan (memerdekakan) hamba sahaya, mendirikan shalat, dan menunaikan zakat..."

Dalam konteks TQM, ini berarti perusahaan harus bertanggung jawab tidak hanya kepada pemegang saham tetapi juga kepada masyarakat luas dan lingkungan. Dengan mengintegrasikan tanggung jawab sosial ke dalam strategi TQM, perusahaan dapat berkontribusi pada keberlanjutan lingkungan dan kesejahteraan sosial, yang juga merupakan bagian dari tanggung jawab moral dalam Islam.

3. KESIMPULAN

Menjaga hubungan baik dengan pelanggan merupakan aspek integral dari Manajemen Mutu Terpadu (TQM) yang selaras dengan nilai-nilai Islam. Prinsip-prinsip seperti amanah (kepercayaan), kejujuran, keadilan, dan ihsan (melakukan yang terbaik) menjadi landasan dalam membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan dengan pelanggan. Dalam Islam, melayani pelanggan dengan baik adalah bentuk tanggung jawab moral dan ibadah, di mana setiap interaksi bisnis harus dijalankan dengan transparansi dan memenuhi janji yang telah diberikan.

TQM yang diintegrasikan dengan nilai-nilai Islam menekankan pentingnya kejujuran dalam memberikan informasi kepada pelanggan, pengambilan keputusan yang adil berdasarkan fakta, dan keterlibatan karyawan dalam memberikan pelayanan terbaik²⁵. Dengan mengedepankan musyawarah dan partisipasi semua pihak, perusahaan dapat menciptakan layanan yang lebih responsif terhadap kebutuhan pelanggan. Prinsip ihsan mendorong perusahaan untuk selalu berupaya meningkatkan kualitas produk dan layanan, sehingga tidak hanya memenuhi ekspektasi pelanggan tetapi juga melampauinya, yang pada akhirnya akan memperkuat loyalitas dan kepercayaan pelanggan²⁶.

Secara keseluruhan, pendekatan ini menunjukkan bahwa pengelolaan hubungan pelanggan dalam TQM yang dilandasi dengan nilai-nilai Islam tidak hanya mengarah pada peningkatan kualitas layanan, tetapi juga membawa keberkahan dan kepuasan spiritual bagi perusahaan dan pelanggan. Dengan menjaga prinsip-prinsip Islam dalam setiap interaksi bisnis, perusahaan dapat mencapai kesuksesan yang seimbang antara pencapaian material dan kesejahteraan spiritual, yang pada akhirnya akan berdampak positif bagi semua pihak yang terlibat.

4. IMPLIKASI, KETERBATASAN, DAN SARAN

Implikasi dari integrasi nilai-nilai Islam dengan Manajemen Mutu Terpadu (TQM) sangat luas, terutama dalam konteks pengelolaan hubungan pelanggan. Penerapan nilai-nilai seperti amanah, kejujuran, keadilan, dan ihsan dalam

²⁵ Majid, Z. A., Hamid, A., & Hanif, M. (2023). Problematika Dakwah Dan Pendidikan Pada Masyarakat Pedalaman Tau Taa Wana Morowali Utara. *Tawazun: Jurnal Pendidikan Islam*, 16(2), 245-272.

²⁶ Hanif, M. (2022). Method (Manhaj) Of Proselytizing Of The Prophet In The Phase Of Makkah And Medina. *Jurnal Bina Ummat: Membina Dan Membentengi Ummat*, 5(2), 1-18.

manajemen mutu memperkuat landasan etis perusahaan, yang tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga memperkuat loyalitas mereka. Pelanggan yang merasa dihargai dan diperlakukan secara adil akan lebih cenderung untuk tetap setia kepada perusahaan. Selain itu, integrasi nilai-nilai Islam ini juga dapat meningkatkan reputasi perusahaan sebagai entitas yang menjalankan bisnis dengan tanggung jawab sosial dan spiritual. Tidak hanya mengejar keuntungan material, tetapi juga berkomitmen terhadap kesejahteraan komunitas dan lingkungan. Hal ini, pada gilirannya, dapat meningkatkan efisiensi operasional, karena karyawan yang termotivasi oleh nilai-nilai moral akan lebih berkomitmen terhadap kualitas kerja mereka, yang berkontribusi positif terhadap hasil bisnis secara keseluruhan.

Namun, penerapan integrasi ini tidak tanpa tantangan. Salah satu keterbatasan utama adalah perbedaan latar belakang dan pemahaman karyawan tentang nilai-nilai Islam, yang bisa menjadi penghambat dalam memastikan konsistensi penerapan di seluruh organisasi. Tidak semua karyawan mungkin memiliki tingkat kesadaran atau pemahaman yang sama tentang pentingnya amanah dan kejujuran dalam konteks bisnis, sehingga dapat menyebabkan ketidakkonsistenan dalam penerapan prinsip-prinsip TQM. Selain itu, dalam lingkungan bisnis yang global dan multikultural, nilai-nilai ini mungkin tidak selalu mudah diterapkan secara langsung atau universal, terutama ketika berhadapan dengan pelanggan atau mitra bisnis dari latar belakang budaya yang berbeda. Keterbatasan lainnya adalah kebutuhan untuk terus menyesuaikan diri dengan perubahan pasar dan perkembangan teknologi, yang dapat mempengaruhi fleksibilitas dalam penerapan prinsip-prinsip TQM berbasis Islam.

Untuk mengatasi keterbatasan tersebut dan memaksimalkan manfaat dari integrasi nilai-nilai Islam dengan TQM, langkah-langkah strategis perlu diambil oleh perusahaan. Mengembangkan program pelatihan yang komprehensif dan berkelanjutan bagi karyawan adalah langkah penting, dengan fokus pada internalisasi nilai-nilai Islam dalam praktik bisnis sehari-hari. Pelatihan ini harus memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana nilai-nilai seperti amanah, kejujuran, dan ihsan dapat diterapkan dalam setiap aspek manajemen mutu dan interaksi dengan pelanggan. Selain itu, perusahaan perlu menerapkan sistem evaluasi berkala untuk menilai efektivitas penerapan nilai-nilai ini, serta menyediakan mekanisme umpan balik yang memungkinkan karyawan dan manajemen untuk terus memperbaiki praktik mereka. Dalam konteks global, fleksibilitas dan adaptabilitas dalam menerapkan nilai-nilai Islam juga diperlukan, terutama dalam menghadapi keberagaman budaya dan kebutuhan pelanggan di berbagai pasar.

Penelitian lebih lanjut sangat dibutuhkan untuk mengeksplorasi bagaimana nilai-nilai Islam dapat diterapkan secara efektif di berbagai sektor industri dan konteks bisnis. Penelitian ini akan membantu mengidentifikasi praktik terbaik dan tantangan yang dihadapi, serta memberikan panduan bagi perusahaan lain yang tertarik untuk mengintegrasikan prinsip-prinsip TQM dengan nilai-nilai Islam. Dengan pendekatan yang holistik dan terstruktur, integrasi ini dapat meningkatkan kinerja perusahaan sekaligus berkontribusi pada pembangunan moral dan spiritual

di dunia bisnis, menjadikan bisnis sebagai sarana untuk mencapai kesejahteraan yang lebih luas dan berkelanjutan..

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, A. (2023). Islamic Economic Strategy Faces Global Recession In The Perspective Of Dakwah: Strategi Ekonomi Islam Menghadapi Resses Global Dalam Persepektif Dakwah. *Jurnal Bina Ummat: Membina Dan Membentengi Ummat*, 6(2), 53-66.
- Agus, A. (2023). Reaching The Millennial Generation Through Da'wah On Social Media: Menjangkau Generasi Milenial Melalui Dakwah Di Media Sosial. *Jurnal Da'wah: Risalah Merintis, Da'wah Melanjutkan*, 6(2), 129-144.
- Agus, A. (2023). The Role Of Da'wah In Overcoming Social Problems: Peran Dakwah Dalam Mengatasi Masalah Sosial. *Jurnal Da'wah: Risalah Merintis, Da'wah Melanjutkan*, 6(1), 101-111.
- Agusman, A., & Hanif, M. (2021). Concept And Development Of Da'wah Methods In The Era Of Globalization: Konsep Dan Pengembangan Metode Dakwah Di Era Globalisasi. *Jurnal Da'wah: Risalah Merintis, Da'wah Melanjutkan*, 4(2), 49-64.
- Agusman, A., & Samsuddin, S. (2024). Strategi Dakwah Nabi Musa: The Da'wah Strategy Of Prophet Musa. *Dirasah: Jurnal Kajian Islam*, 1(2), 115-131.
- Ansori, A., Supangat, S., & Us, K. A. (2023). Mutu Pendidikan Dalam Perspektif Islam. *Journal Of Educational Administration And Leadership*, 4(2), 39-45.
- Apriatni, E. P. (2011). Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam Mewujudkan Keadilan Dalam Bisnis. In *Forum* (Vol. 39, No. 2, Pp. 1-7). Faculty Of Social And Political Sciences Diponegoro University.
- Falah, M. S. (2017). Pengambilan Keputusan Dalam Perspektif Islam. *Menara Tebuireng: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 12(02), 134-148.
- Gunawan, C. I. (2024). Total Quality Management: Sebuah Tinjauan Teoritis. *Book Of Open Source (Bos)*, 1-250.
- Hafizah, Y. (2012). Khiyar Sebagai Upaya Mewujudkan Keadilan Dalam Bisnis Islami. *At-Taradhi Jurnal Studi Ekonomi*, 3(02), 165-172.
- Haitam, I. (2014). Etika Bisnis Islam Kejujuran Menurut Persepsi At-Thabary Dan Al-Qurtuby. *Mukaddimah: Jurnal Studi Islam*, 3(2), 315-334.
- Hamka, M., Agusman, A., & Nur, M. A. (2024). Building Civilization In The Era Of Globalization Based On Knowledge Through Education And Dakwah. *International Journal Of Islamic Thought And Humanities*, 3(1), 36-48.
- Hanif, M. (2022). Method (Manhaj) Of Proselytizing Of The Prophet In The Phase Of Makkah And Medina. *Jurnal Bina Ummat: Membina Dan Membentengi Ummat*, 5(2), 1-18.
- Hanif, M. (2023). Innovative Strategies In Contemporary Da'wah: Initiating A Technology-Based Approach: Innovative Strategies In Contemporary Da'wah: Initiating A Technology-Based Approach. *Jurnal Da'wah: Risalah Merintis, Da'wah Melanjutkan*, 6(2), 59-71.

- Hanif, M., & Agusman, A. (2022). Readiness Of Dakwah Institutions Facing The Millennial Era. *Al-Risalah: Jurnal Studi Agama Dan Pemikiran Islam*, 13(2), 325-337.
- Hanif, M., Hamid, A., Agusman, A., & Nurhaidah, S. (2023). Integrated Dakwah Model: How Mosques, Pesantrens, And Campuses Become Islamic Preaching Centers In Bogor. *Progresiva: Jurnal Pemikiran Dan Pendidikan Islam*, 12(01), 85-102.
- Hartanto, F. M. (2009). *Paradigma Baru Manajemen Indonesia: Menciptakan Nilai Dengan Bertumpu Pada Kebajikan Dan Potensi Insani*. Pt Mizan Publika.
- Idrus, S., Ruhana, F., Amalia, M. R., Rosyid, A. F., & Kuswandi, D. (2023). Implementasi Kebijakan Manajemen Sumber Daya Manusia Yang Efektif Dalam Meningkatkan Kinerja Organisasi Di Era Bisnis Global. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (Mea)*, 7(1), 72-89.
- Majid, Z. A., Hamid, A., & Hanif, M. (2023). Problematika Dakwah Dan Pendidikan Pada Masyarakat Pedalaman Tau Taa Wana Morowali Utara. *Tawazun: Jurnal Pendidikan Islam*, 16(2), 245-272.
- Pitoy, C. V. (2016). Analisis Strategi Bersaing Dalam Persaingan Usaha Bisnis Document Solution (Studi Kasus Pada Pt. Astragraphia, Tbk Manado). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(3).
- Putra, B. N. (2024). Analisis Implementasi Total Quality Management (Tqm) Dalam Meningkatkan Kualitas Produk Pada Conneight Studio Kota Malang. *Transformasi: Journal Of Economics And Business Management*, 3(3), 119-131.
- Rangkuti, F. (2017). *Customer Care Excellence: Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima Plus Analisis Kasus Jasa Raharja*. Gramedia Pustaka Utama.
- Saleh, M. (2024). Etika Komunikasi Islami: Solusi Untuk Kesuksesan Organisasi. *Liwaul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah Dan Masyarakat Islam*, 14(1), 27-46.
- Simbolon, S., & Simamora, R. (2023). Analisis Pengaruh Budaya Organisasi, Komunikasi Dan Stres Kerja Terhadap Prestasi Kerja Karyawan Pada Yayasan Perguruan Dr Wahidin Sudirohusodo Medan. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 19-37.
- Tohawi, A., Iswanto, J., Subekan, S., Sadiyah, D. F., & Mastur, M. (2023). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Perdagangan Bawang Merah Di Pasar Sukomoro Nganjuk. *Journal On Education*, 5(4), 17814-17822.
- Wathoni, K. (2021). Alumni Menurut Perspektif Total Quality Management (Tqm). *Ma'alim: Jurnal Pendidikan Islam*, 2(01), 34-48.