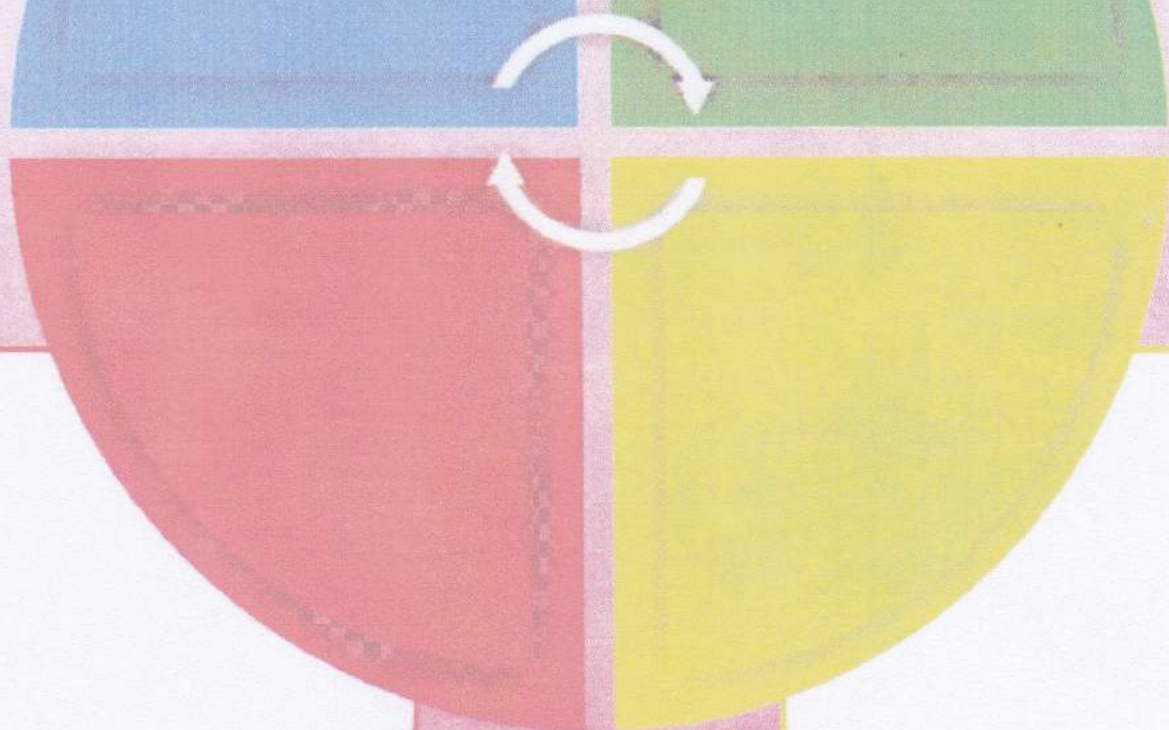


Volume 10 No : 2 Oktober 2017

ISSN : 2087-0957

# SOSIALITA

*Jurnal Ilmu Administrasi*



JIA

Vol:10

No.2

Hlm 1 - 75

Bandar Lampung, Oktober 2017

ISSN 2087- 0957

DITERBITKAN OLEH :  
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS BANDAR LAMPUNG

Volume 10 No: 2 Oktober 2017

ISSN : 2087-0957

# SOSIALITA

*Jurnal Ilmu Administrasi*

JIA	Vol : 10	No : 2	Hlm 1- 75	Bandar Lampung, Oktober 2017	ISSN : 2-087-0957
-----	----------	--------	-----------	------------------------------	-------------------

**DITERBITKAN OLEH :  
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS BANDAR LAMPUNG**

# SOSIALITA

**JURNAL ILMU ADMINISTRASI**

Jurnal **SOSIALITA** diterbitkan dua kali dalam satu tahun oleh jurusan Ilmu Administrasi Bisnis FISIP Universitas Bandar Lampung.

## **Susunan Personalia**

Penanggung Jawab : Rektor Universitas Bandar Lampung

Dewan penyunting

Ketua Penyunting : Dr. Yadi Lustiadi, M.Si

Wakil Ketua Penyunting : Dr. Moh. Oktaviannur,SE., M.M

Anggota : Drs. Soewito,M.M

Penyunting Ahli : Prof. Dr. Khomsahrial Romli, M.Si ( Universitas Bandar Lampung )  
Dr. Supriyanto,M.Si ( Universitas Bandar Lampung )  
Dr. Suripto,S.Sos., M.AB ( Universitas Lampung )

Administrasi dan Distribusi : Maslechah

## **Alamat Redaksi:**

Gedung Rektorat Lantai 6. FISIP Universitas Bandar Lampung  
Jalan ZA. Pagar Alam No: 26 Labuhan Ratu Bandar Lampung  
Telp : 0721 771331

## DAFTAR ISI

No	Judul	Hal
1	Dampak Profitabilitas, <i>Financial Leverage</i> Dan <i>Dividend Payout Ratio</i> Terhadap Praktik Perataan Laba (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2016) Oleh : Soewito	1
2	<u>Pemerintah Bertanggungjawab Dalam Konteks Hubungan Kepercayaan Dengan Masyarakat</u> Oleh : Drs. Rusdan, M.Si	11
3	Implementasi Masterplan Badan Usaha Milik Negara 2014 – 2019 Oleh : Achmad Zahruddin( Dosen Fisip Unbara)	26
4	Analisis <i>Risk</i> Dan <i>Return</i> Pada Saham Biasa ( <i>Common Stock</i> ) Pt Alfa Retailindo, Tbk Dengan Menggunakan <i>Capital Asset Pricing Model</i> Periode 2013-2016 Oleh: Diah Ayu Ciptaning	33
5	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Taksi Argometer Pada PT Puspa Jaya Taksi Di Bandar Lampung Oleh :Ketut Teguh Pujawastu	49
6	Minimasi Gap Komunikasi Bisnis dengan Pendekatan Inklusi Etika Moral-sepiritual dan Kepemimpinan Efektif	61

JIA	Vol : 10	No : 2	Hlm 1- 75	Bandar Lampung, Oktober 2017	ISSN : 2-087-0957
-----	----------	--------	-----------	------------------------------	-------------------

---

---

## BIODATA PENULIS

1. DRS. SOEWITO, M.M, DOSEN ILMU ADMINISTRASI BISNIS FISIP UNIVERSITAS BANDAR LAMPUNG.
2. DRS. RUSDAN M.SI, DOSEN SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SATU NUSA BANDAR LAMPUNG
3. DRS. ACHMAD ZACHRUDDIN, M.M, DOSEN ILMU ADMINISTRASI NEGARA UNIVERSITAS BATU RAJA
4. DIAH AYU CIPTANING, ILMU ADMINISTRASI BISNIS, UNIVERSITAS LAMPUNG
5. KETUT TEGUH PUJAWASTU, ILMU NADMINISTRASI BISNIS, UNIVERSITAS BANDAR LAMPUNG
6. M. MACHRUS, SE.,M.SI, DOSEN DOSEN SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SATU NUSA BANDAR LAMPUNG

JIA	Vol : 10	No : 2	Hlm 1- 75	Bandar Lampung, Oktober 2017	ISSN : 2-087-0957
-----	----------	--------	-----------	------------------------------	-------------------

**Minimasi Gap Komunikasi Bisnis dengan Pendekatan  
Inklusi Etika Moral-sepiritual dan Kepemimpinan Efektif  
Oleh : Mohammad Machrus,SE.,M.Si.  
Dosen PNS DpK Kopertis II pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi  
Satu Nusa Lampung**

**Abstrak**

Bisnis, sebagai bentuk aktivitas sosial yang melibatkan stakeholder dalam korporasi. Korporasi perlu ada visi, misi, dan tujuan yang jelas dan disosialisasikan agar bisa dipahami dan dilaksanakan semua pihak. Agar tujuan korporasi bisa dicapai optimal, maka perlu ada komunikasi bisnis yang efektif dan inten, agar tidak terjadi gap kepentingan antar pihak. Gap yang ada perlu diminimasi, yaitu dengan pendekatan *inklusi etika moral-sepiritual* dan *kepemimpinan efektif*. Pendekatan *etika moral*, diangkat dari nilai-nilai (norma) social dan hukum formal; sedangkan *etika sepiritual* diangkat dari pengembangan karakter melalui kecerdasan manusia, yaitu: *Intellectual Quotion (IQ)*, *Emotional Quotion (EQ)*, dan *Spiritual Quotion (SQ)* secara utuh dan seimbang, sehingga dicapai: kesadaran dan kearifan diri, dan kesempurnaan hakikat manusia sebagai hamba dan khalifah Allah ta'ala dalam aktivitas bisnis. Pendekatan *kepemimpinan efektif*, bisa membentuk komunikasi bisnis yang efektif, sehingga bisa mengurangi gap kepentingan antara pihak-pihak, dalam bentuk tatakelola korporasi.

*Kata kunci: komunikasi bisnis, etika moral-sepiritual, kepemimpinan efektif*

## **I. LATAR BELAKANG**

Bisnis, sebagai bentuk kegiatan sosial yang melibatkan banyak pihak pemangku kepentingan (stakeholder), yang berarti harus ada komunikasi efektif dan inten agar tidak terjadi

kesenjangan (gap) antar pihak-pihak; maka bisnis perlu dilandasi oleh visi, misi, dan tujuan yang jelas dan disosialisasikan kepada semua pihak, agar bisa dipahami dan dilaksanakan sesuai dengan kapasitasnya. Tujuan bisnis idealnya terdiri dari: eksistensi,

perkembangan, pertumbuhan, menciptakan nilai-nilai, kesejahteraan share holder, membangun kemitraan, dan laba maksimal. Agar tujuan korporasi bisa dicapai maksimal, maka perlu adanya tatakelola korporasi yang baik. *Tatakelola korporasi*, sebagai suatu tata-kelola yang bertujuan untuk meminimalkan kesenjangan (gap) kepentingan antara pihak-pihak pemangku kepentingan dalam korporasi, sehingga berdampak kepada tercapainya tujuan korporasi secara optimal. Permasalahan yang sering terjadi pada *Tatakelola korporasi* adalah terjadi kesenjangan (gap) kepentingan antara pihak-pihak pemangku kepentingan (*stakeholder*).

Selanjutnya tujuan tersebut harus dikomunikasikan, dan para share holder perlu berekspresi dan aktualisasikan diri sesuai kapasitasnya beraskan etika moral-spiritual dengan penuh tanggung jawab; karenanya bisnis perlu dibangun dan dikembangkan

melalui *etika bisnis*, atas dasar nilai-nilai moral dan spiritual. Aspek moral, diangkat dari nilai-nilai (norma) social dan hukum formal; sedangkan aspek spiritual dalam perspektif *syari'ah* bisnis harus dengan prinsip: a) bertanggung jawab kepada Allah ta'ala (*falah*), b) perlindungan atas kesejahteraan manusia (*maqosyid syariah*), c) keseimbangan social (*al-adl wal ihsan*).

Selanjutnya dalam komunikasi bisnis, perlu dengan pendekatan *kepemimpinan efektif*, adalah kepemimpinan dilandasi oleh jiwa entrepreneur dengan ciri-ciri : Spiritulitas, visioner, kreatif, obsesive, inovativ, profesional, salesmanship, trust building, net working, progressive, self actualizatio, convidence. *Kepemimpinan efektif*, mampu menciptakan: nilai tambah, menghargai hal-hal positif, memberikan keteladanan, memotivasi orang lain, menyediakan sumberdaya optimal, berkomunikasi efektif, menghargai keragaman.

*Kepemimpinan efektif*, bisa menjadi solusi untuk mengatasi permasalahan kesenjangan (gap), sehingga mampu menciptakan *Tata kelola korporasi* yang baik, yaitu suatu tata-kelola yang bisa meminimalkan kesenjangan (gap) antara pihak-pihak yang terlibat dalam aktivitas bisnis, sehingga berdampak kepada tercapainya tujuan perusahaan, yaitu: eksistensi, kontinuitas, pertumbuhan, perkembangan, kesejahteraan pihak-pihak (stakeholder), dan keadilan social.

Inklusi *etika moral-spiritual* dengan *kepemimpinan efektif*, yang baik bisa menjadi pendekatan yang efektif sebagai solusi untuk minimasi gap (kesenjangan) antara pihak-pihak pemangku kepentingan dalam proses komunikasi bisnis, sehingga konflik yang terjadi dalam aktivitas bisnis bisa kendalikan.

## II. PERMASALAHAN

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang, maka perumusan masalah dalam penelitian ini, adalah

: pendekatan bagaimana yang bisa digunakan untuk minimasi kesenjangan (gap) dalam komunikasi bisnis.

## III. METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini, adalah penelitian kualitatif, yaitu pada penelitian ini pengumpulan datanya dilakukan dari berbagai sumber referensi karya ilmiah, yaitu : buku literature, jurnal ilmiah, dan hasil penelitian lainnya, yang relevan dengan judul penelitian ini. Selanjutnya dianalisis dan dibuat kesimpulan yang bersifat induktif.

## IV. PEMBAHASAN

### 1. Konsep Etika dan Spiritualitas

Kajian *etika* erat kaitannya dengan pengembangan karakter, sedangkan pengembangan karakter harus dilakukan melalui pengembangan kecerdasan (*intelligence*) manusia, yaitu: a) *Intellectual Quotient (IQ)* atau kecerdasan otak yaitu kemampuan berpikir otak secara rasional dan logis tanpa melibatkan perasaan, bermanfaat untuk



mengeksplorasi dan mengumpulkan dunia materi atau kebendaan; *b) Emotional Quotion (EQ)* atau kecerdasan hati yaitu kemampuan berpikir otak secara assosiatif ataupun kausalitas, dengan cara menghubungkan antara suatu sifat dengan sifat yang lain, suatu fakta dengan fakta yang lain, suatu peristiwa dengan peristiwa yang lain, bermanfaat untuk mengembangkan ketajaman rasa, untuk kepekaan social seperti: empati, simpati, pengendalian amarah, kemampuan penyesuaian diri, kesetiakawanan, rasa hormat, focus EQ adalah pengendalian diri dan empati; Hubungan antara IQ dan EQ bukanlah berlawanan tetapi berinteraksi secara dinamis untuk menghasilkan konsep dan kegiatan nyata; *c) Spiritual Quotion (SQ)* atau kecerdasan spiritual, yaitu kemampuan berpikir secara integrative dengan menyatukan IQ dan EQ ( $SQ = IQ + EQ$ ) secara seimbang, utuh, dan fleksibel, sehingga diperoleh suatu makna tentang kesadaran diri, kearifan diri, dan kesempurnaan hakikat

manusia sebagai hamba dan khalifah Allah ta'ala.

Banyak pakar etika yang masih membedakan antara etika dengan spiritualitas, padahal keduanya mempunyai hubungan yang sangat erat dan tidak dapat dipisahkan. Mereka memahami bahwa, etika adalah adat, kebiasaan, dan ilmu yang mempelajari hubungan perilaku manusia yang bersifat horizontal, yaitu : hubungan antar manusia, manusia dengan lembaga, manusia dengan alam, dan antar lembaga. Sedangkan spiritualitas, mengkaji dan memberikan pemahaman tentang hubungan manusia yang bersifat vertical, dalam arti hubungan manusia dengan Tuhan, dan menurut mereka sipiritualitas bukan merupakan bidang kajian etika.

Pemahaman bahwa etika terpisah dengan spiritual, adalah keliru. Pemahaman yang memisahkan seperti ini, bisa saja seseorang yang telah mempelajari teori-teori etika, belum tentu menjamin bahwa perilakunya bersifat etis selama *kecerdasan spiritual (SQ)*-nya

masih rendah. Sebaliknya seseorang yang memiliki SQ tinggi sudah pasti memiliki perilaku etis yang tinggi pula.

Sejatinya setiap manusia harus menyadari bahwa kesempatan hidup didunia dimanfaatkan untuk meningkatkan kesadaran spiritual (SQ) atau kesadaran transcendental akan Tuhan-nya. Jika kesadaran spiritual (SQ) telah tercapai, maka kesadaran etis dengan sendirinya tercapai. Namun perlu diingat bahwa perjalanan mendaki puncak kesadaran spiritual ini, syarat mutlak yang harus dipenuhi adalah harus menjalani perilaku hidup yang etis dan hidup yang sesuai dengan nilai-nilai kebenaran pada agama. Pada tahap awal, perilaku etis akan mempengaruhi kesadaran spiritual seseorang, namun pada tahap selanjutnya kesadaran spiritual akan menentukan tingkat kesadaran etis (akhlaq) seseorang, sehingga berdampak pada ketenangan jiwa (*khusnul khoyimah*), insan paripurna, hamba Allah ta'ala, insan kamil-mukamil.

Jika nilai-nilai etika spiritual ini dipakai sebagai pendekatan dalam komunikasi bisnis, maka bisa berdampak kepada minimasi gap (kesenjangan) antara pihak-pihak pemangku kepentingan dalam proses komunikasi bisnis, sehingga konflik yang terjadi dalam aktivitas bisnis bisa kendalikan.

## 2. Hakikat Manusia

Mc David dan Harari (dalam Jalaludin Rahmat: 2001) mengidentifikasi tentang hakikat manusia dengan perspektif psikologi, sebagai berikut :

- a. Psikoanalisis, bahwa manusia pada dasarnya digerakkan oleh hasrat atau keinginan yang ada dalam dirinya, maka manusia bersedia melakukan aktifitas untuk bisa memenuhi kebutuhan pada dirinya, yaitu kebutuhan bersifat primer, sekunder, dan prestise. Pemenuhan kebutuhan ini bertujuan untuk mendapatkan kepuasan.
- b. *Behaviorisme*, menganggap bahwa manusia sebagai makhluk yang digerakkan semuanya oleh

lingkungan (*homo mechanicus*). Teori ini menyebut manusia sebagai manusia mesin, karena perilaku manusia sepenuhnya ditentukan oleh lingkungan. Teori ini juga disebut sebagai teori belajar, karena seluruh perilaku manusia, kecuali insting adalah merupakan hasil belajar dari lingkungan.

- c. *Kognitif*, berpandangan bahwa manusia sebagai makhluk yang berpikir aktif mengorganisasikan dan mengolah stimulasi yang diterimanya, menjadi pengetahuan yang dimiliki. Manusia tidak lagi dianggap sebagai makhluk yang bereaksi secara positif terhadap lingkungannya.
- d. *Afektif*, bahwa manusia kemudian merespon pengetahuan yang diterima dari proses berpikir (*kognitif*), menjadi suatu sikap atau perilaku. *Psikomotorik*, berdasarkan sikapnya, kemudian manusia melakukan tindakan

atau perbuatan (action) secara kreatif.

- e. *Humanisme*, bahwa manusia menjadi pelaku aktif dalam merumuskan strategi dan teknik transaksional yang berhubungan dengan lingkungannya (*relationship*), betapa penting membangun hubungan baik antara seseorang dengan orang lain (social).

Steiner (1999), menjelaskan hakikat manusia berdasarkan lapisan-lapisan energy yang melekat pada tubuh manusia sebagai satu kesatuan yang utuh, yaitu: 1) *badan pisik (physical body)*, 2) *badan eterik (etheric body)*, 3) *badan astral (astral body)*, 4) *badan ego (consciousness body)*, 5) *manas (spirit self)* 6) *buddhi (life spirit)*, 7) *atma (spirit man)*. Manusia mempunyai lapisan pisik (*materi*) yang sama dengan semua makhluk hidup lainnya. *Badan eterik*, merupakan unsur hidup yang memungkinkan sesuatu itu mengalami siklus hidup, tumbuh, matang, berkembang, dan mati.

*Badan astral*, merupakan yang memungkinkan sesuatu memiliki nafsu (*passion*), keinginan (*desire*), dan merasakan senang dan sedih. Manusia dan binatang mempunyai lapisan *astral*. *Lapisan Ego*, memungkinkan timbulnya kesadaran diri, lapisan ini hanya dimiliki manusia, sedangkan binatang tidak memiliki lapisan ego. Keempat lapisan ini ((*fisik, eterik, astral, dan ego*) sudah terbentuk sepenuhnya pada diri manusia, sedangkan lapisan *manas* baru terbentuk sebagian, sedangkan lapisan *buddhi dan atma* masih berupa potensi diri yang dapat dikembangkan lebih lanjut. Ketujuh lapisan yang ada pada manusia ini terbentang dari lapisan yang paling padat (*fisik*) sampai lapisan yang paling halus (*atma, roh*).

Hawley (2001), mengungkapkan terdapat 4 (empat) dimensi manusia kedalam satu yang saling melengkapi dan saling ketergantungan, yaitu: a) *agenda tubuh*, b) *agenda kepala*, c) *agenda hati*, d) *agenda semangat*.

*Agenda tubuh*, berkaitan dengan kesehatan anggota pisik secara parsial maupun kolektif. *Agenda kepala*, merupakan pikiran rasional yang menjadi fungsi dari otak bagian kiri, bagian ini berfungsi memecahkan permasalahan dan pengambilan keputusan yang bersifat logis. *Agenda hati*, merupakan pikiran emosional, yang menjadi fungsi otak bagian kanan, yang berurusan dengan masalah emosional / perasaan. *Agenda semangat*, merupakan agenda *roh (spiritual)*, yang berurusan dengan permasalahan bagaimana manusia berhubungan dengan alam dan tuhan (*transcendental*).

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa memahami hakikat manusia secara utuh, diperlukan pemahaman atas lapisan-lapisan (dimensi) yang ada pada diri manusia. Manusia adalah bagian dari keberadaan alam semesta. Segala sesuatu yang ada dialam semesta (*makrokosmos*) dalam tasawuf disebut alam besar (*alam kabir*), juga ada pada alam manusia (*mikrokosmos* ) dalam tasawuf

disebut alam kecil (*alamsogir*). Oleh karena itu, alam semesta dan alam manusia sebenarnya sama-sama mempunyai tiga lapisan keberadaan, yaitu : *fisik (body)*, *energy pikiran (mind)*, dan *kesadaran murni (roh,soul, spirit)*.

Jika para pihak yang terlibat dalam komunikasi bisnis menyadari akan nilai-nilai hakikat manusia dengan perspektif psikologi ini, kemudian dipakai dipakai sebagai pendekatan dalam komunikasi bisnis, maka bisa berdampak kepada minimalisasi gap (kesenjangan) antara pihak-pihak pemangku kepentingan dalam proses komunikasi bisnis, sehingga konflik yang terjadi dalam aktivitas bisnis bisa kendalikan.

### 3. Dimensi diri

Mengenal diri, tidak lepas dari mengetahui apa yang ada pada diri (*dimensi diri*). merujuk pada penjelasan KH. Achmad Sohibulwafa Tajul Arifin dalam Syihabuddin Suhrowardi (1971) *Buku Bidayatussalikin*, disebutkan bahwa manusia itu disusun dari 7 (*tujuh*) *latifah*, yaitu: a) *Latifatul*

*Akhfa*, diisi oleh sifat keyakinan: *ilmul yaqin* , *ainul yaqin*, dan *khaqul yaqin*; b) *Latifatun Nafsi*, berupa *nafsu amarah*; c) *Latifatul Khoffi*, berupa *nafsu mardiyah*, d) *Latifatur Ruh*, berupa *nafsu mulhimah (sawiyah)*; e) *Latifatus Sirri*, berupa *nafsu mutmainah*; f) *Latifatul Qolbi (latifah hati)*, berupa *nafsu lawamah*; g) *Latifatul Qolab*, berupa *nafsu kamilah*, diisi oleh empat anasir,. yaitu: 1) *Zat (cahaya) air*; 2) *Zat (cahaya) angin*; 3) *Zat (cahaya) api*; 4) *Zat (cahaya) tanah*.

### 4. Kenali Tabiat dan getaran Jiwa

Kodrat manusia sebelum didzahirkan kemuka bumi pada hakikatnya dalam keadaan suci (*fitriah*), tetapi setelah didzahirkan kemuka bumi, perbuatan manusia dipengaruhi oleh lima macam *tabi'at* yang timbul dari lapisan hati dan getaran jiwa dalam diri manusia. Agar tidak tersesat, maka perlu perenungan (*kontemplasi*) untuk bisa mengenal diri yang sebenar-benar diri (*hakikat diri*), apakah diri-nya sudah berada pada posisi (*makom*) , *tabiat* yang

sebenarnya sebagai manusia yang suci.

Tabiat yang bisa mempengaruhi manusia, oleh KH. Ramsi Nursa'ad (2009), yaitu:

a) Tabiat hewani, jika manusia mengikuti tabiat hewani, maka Dia adalah hewan berwujud manusia (zat-nya manusia, sifat-nya hewan), maka perbuatannya seperti hewan, yaitu: buas, kejam, tak kenal baik-buruk, tak punya batas kepuasan. Jika tabiat ini yang berkembang dalam komunikasi bisnis, maka akan terjadi kesenjangan sehingga ada pihak yang dirugikan oleh pihak yang lain dalam bisnis.

b) Tabiat Jin jika manusia mengikuti tabiat jin, maka Dia adalah jin berwujud manusia (Zat-nya manusia, sifat-nya jin) maka perbuatannya seperti jin, yaitu: berkeluh kesah, tak sabar, tak pernah cukup.

c) Tabiat syaithon, jika manusia mengikuti tabi'at syaithon, maka Dia adalah syaithon berwujud manusia (Zat-nya manusia, sifat-nya syaithon), maka perbuatannya seperti syaithon, yaitu: sombong,

hasut, dengki, dendam, merasa selalu paling benar.

d) Tabiat Malaikat, jika manusia mengikuti tabiat malaikat, maka Dia adalah malaikat berwujud manusia (Zat-nya manusia, sifat-nya malaikat), maka perbuatannya seperti malaikat, yaitu: ikhlas, khusuk, dan tawaduk, untuk selalu beribadah kepada Allah ta'ala.

e) Tabiat Insan itu sendiri, (Zat-nya manusia, sifat-nya manusia), yaitu sebagai manusia pasti ada kekurangan, kesalahan, dan kehilafan. Setiap manusia pasti tidak ada yang sempurna, kecuali Dia selalu berupaya menyempurnakan (mensucikan) diri-nya, maka Dia tidak akan tersesat mengikuti tabi'at hewan, jin, dan syaithon.

Jika tabiat hewani, jin, dan syaiton yang berkembang dalam komunikasi bisnis, maka akan terjadi kesenjangan sehingga ada pihak yang dirugikan oleh pihak yang lain dalam korporasi, maka para pihak yang terikat dalam komunikasi bisnis harus

mengembangkan kesadaran diri untuk keluar dari tabiat: hewani, jin, dan syaiton.

#### 5. Kesadaran Manusia

Tidak mudah mengukur kesadaran yang dimiliki seseorang berdasarkan ukuran obyektif atau pendekatan ilmiah. Kematangan diri hanya bisa dirasakan secara subyektif oleh yang bersangkutan melalui refleksi diri. Seiring dengan evolusi kesadaran, Sutrisna dan Ibnu Arabi (dalam Frager 1999) membagi empat tingkat kesadaran berdasarkan pengalaman dan pemahaman akan hakikat kehidupan sebagai berikut:

a) Pertama, *jalan syari'ah*, yaitu tahap dimana seseorang secara taat asas mengikuti hukum moral (hukum fiqih) dalam kehidupan sehari-hari, dalam kaitannya dengan upaya mencari harta/ kekayaan materi, dan beribadah. Hukum moral (fiqih) ini dipakai untuk menilai rukun-rukun: sah-batal, halal-haram, suci-tidak suci, tentang *apa yang menjadi milikku dan milikmu. Jalan syari'ah*

berhubungan dengan membersihkan atau mensucikan diri dohir (lahiriah).

b) Kedua, *jalan thariqoh*, yaitu tahap dimana seseorang berupaya mencari kebenaran melalui pengalaman langsung, melampaui moral, pada tahap ini tingkat kesadaran seseorang telah melampaui tingkat kesadaran syri'ah. Dalam kaitannya dengan kekayaan materi, dalam diri seseorang telah tumbuh perasaan *milikku adalah milikmu dan milikmu adalah milikku*. Intinya telah muncul rasa kebersamaan dan rasa milik bersama.

c) Ketiga, *jalan haqiqah*, yaitu tahap dimana seseorang telah memahami makna terdalam dalam praktik syari'ah dan thariqah. Seseorang dalam tahap ini sering memperoleh pengalaman langsung tentang kebenaran goib. Orang pada tahap kesadaran ini telah merasakan bahwa *tidak ada lagi apa yang menjadi milikku dan milikmu*, semua adalah milik

Tuhan, tidak ada lagi keterikatan dengan kekayaan materi. Kesadaran pada tahap ini hanya dimiliki oleh mereka yang batinnya sudah sangat tinggi seperti para nabi dan rosul, para wali Allah ta'ala, para auliya', dan para sufi.

d) Keempat, *jalan makrifat*, yaitu tahap dimana seseorang telah mempunyai kearifan dan pengetahuan terdalam tentang kebenaran spiritual. Pada tahap ini kesadaran seseorang telah mencapai pada tahap tertinggi, dimana orang seperti ini telah menyadari bahwa *tidak ada lagi aku dan kamu*.

6. Konsep Kepemimpinan Efektif Penggabungan antara tipe *kepemimpinan tim* dengan tipe *kepemimpinan kharismatik-visioner*, bisa menjadi *kepemimpinan* yang sangat efektif (selanjutnya disebut *kepemimpinan efektif*), untuk diterapkan pada tatakelola korporasi.

Kepemimpinan efektif, merupakan tipe kepemimpinan dengan sifat-

sifat intreprenuer, maka mampu melakukan peran-peran sebagai :

- a. Mempunyai Visi dan misi, dan mampu menyampaikan untuk dipahami.
- b. Berani mengambil resiko untuk mencapai visi dan misi.
- c. Sensitif terhadap kendala lingkungan dan kebutuhan share holder.
- d. Berperilaku cerdas, saat menghadapi krisis.
- e. Penghubung antara pihak-pihak (share holder).
- f. Manajer konflik, apabila terjadi konflik antara pihak.
- g. Pembina, dan motivasi, untuk meningkatkan kinerja.

7. Kepemimpinan efektif dan Komunikasi Bisnis

Korporasi tidak akan bisa beraktivitas dan berkembang tanpa keterlibatan pihak-pihak yang disebut shareholder. Keterkaitan antar stakeholder ini ada korelasi positif, maka *kepemimpinan efektif* harus mampu membentuk suatu jaringan kerja (*net working*), baik yang berhubungan langsung maupun tidak langsung. Agar



*networking* bisa di operasionalkan, maka perlu diformalkan menjadi naskah kesepahaman dalam suatu tatakelola korporasi.

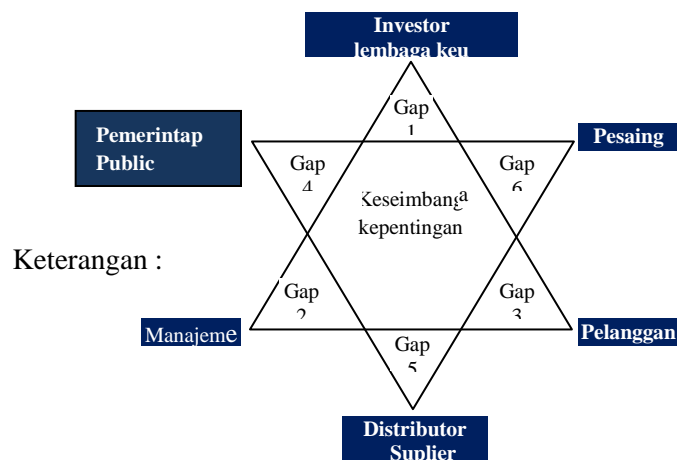
Kerjasama antar stakeholder menjadi ideal apabila bisa bermakna kemitraan, yang didalamnya memuat nilai-nilai atau prinsip-prinsip : kebersamaan, kesetaraan, saling menghormati, saling menguntungkan, kejujuran, bertanggung jawab, transparansi, dan berkelanjutan. Nilai-nilai kemitraan ini harus dijadikan komitmen dan dilaksanakan secara konsisten, dalam suatu tatakelola korporasi (*corporate governance*) melalui kepemimpinan efektif.

Sebagaimana gambar berikut :

Setiap pihak stakeholder mempunyai potensi sumberdaya yang berbeda sebagai kekuatan (daya tawar), dan kepentingan atau harapan (ekspektasi) yang tinggi (bersifat relatif), namun pada akhirnya bisa dicapai kesepahaman atau keseimbangan antara pihak-pihak yang bermitra, jika sudah dicapai kepentingan dan harapannya melalui jaringan bisnis.

Kepemimpinan efektif, bisa membentuk jaringan komunikasi bisnis dalam suatu matarantai yang kuat sebagai penghubung, sehingga bisa mengurangi gap kepentingan dan harapan antara pihak-pihak, dalam bentuk tatakelola korporasi.

Gambar : Jaringan Komunikasi Bisnis



Keterangan :

Ruang segi 6 (enam) dalam bintang, merupakan wilayah dimana semua pihak *shareholder* sudah mencapai keseimbangan (harapannya terpenuhi). Untuk mencapai posisi ini diperlukan peran *kepemimpinan efektif*, agar semua pihak stakeholder bisa mencapai keseimbangan yakni kepentingan dan harapannya terpenuhi, yang di dalamnya ada enam keseimbangan.

#### 8. Kepemimpinan Efektif dan Tatakelola Korporasi

Kepemimpinan efektif, mampu menumbuhkan *kepercayaan* dan menghasilkan *kreatifitas*, dan *kreatifitas* membuat seseorang menjadi *inovatif* dan *adaptif*, dan menciptakan pembaruan. Tanpa *kepercayaan*, dan *kreativitas* tidak akan mempunyai nilai jual. *Kepemimpinan efektif* mampu menggabungkan *kepercayaan* dan *kreativitas* menjadi sebuah usaha yang efektif, yang berpengaruh luas dan hidup. *Kepemimpinan efektif*, memberikan kemampuan tercapainya tujuan perusahaan

(*corporate*) yang ideal, yaitu: eksistensi, kontinuitas, pertumbuhan, perkembangan, kesejahteraan pihak-pihak (takeholder), dan keadilan social.

Korporasi yang dibangun tanpa kepemimpinan efektif, hanya akan menjadi usaha kecil yang stagnan (tidak berkembang). Anda hanya akan mampu memimpin sedikit orang dari usaha kecil, dan tidak ada pertumbuhan usaha. Tanpa kepemimpinan efektif, tidak akan bisa memotivasi pihak-pihak, termasuk menyelesaikan konflik yang terjadi antara pihak-pihak. Tanpa kepemimpinan efektif, tidak ada visi dan misi besar yang dapat dibangun menjadi sebuah usaha besar (*corporate*). Kepemimpinan efektif akan membentuk usaha menjadi besar, dan banyak orang yang mau bekerjasama atau menjadi mitra.

#### V. KESIMPULAN

Kepemimpinan efektif, bisa membentuk jaringan bisnis (*net working*) dalam suatu matarantai yang kuat sebagai penghubung atau jaringan komunikasi bisnis

antara pihak-pihak (share holder), sehingga bisa mengurangi kesenjangan kepentingan dan harapan antara pihak-pihak (share holder), dalam bentuk tatakelola korporasi. Kepemimpinan efektif, bisa menjadi solusi untuk mengatasi permasalahan kesenjangan (gap), sehingga mampu menciptakan *Tata kelola korporasi* yang baik, yaitu suatu tata-kelola yang bisa meminimalkan kesenjangan (gap) antara pihak-pihak yang terlibat dalam aktivitas bisnis, sehingga berdampak kepada tercapainya tujuan perusahaan, yaitu: eksistensi, kontinuitas, pertumbuhan, perkembangan, kesejahteraan pihak-pihak (stakeholder), dan keadilan social.

Inklusi antara *Kepemimpinan efektif*, dan *Tata kelola korporasi* yang baik bisa menjadi pendekatan yang efektif sebagai solusi untuk minimalisasi gap (kesenjangan) antara pihak-pihak pemangku kepentingan dalam proses komunikasi bisnis, sehingga

konflik yang terjadi dalam aktivitas bisnis bisa kendalikan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Buchari, Alma. 2010. *Pengantar Bisnis, Edisi Revisi*. Bandung. Penerbit Alfabeta.
- Buchari, Alma. 2011. *Kewirausahaan, untuk mahasiswa dan umum*. Bandung. Penerbit Alfabeta
- Jeff, Madura. 2001. *Pengantar Bisnis, Introductio to Business*. Jakarta. Penerbit Salemba Empat.
- Kasali, Renald. 2012. *Modul Kewirausahaan, Untuk Program Strata I, Cetakan III*, Jakarta. Penerbit Hikmah (PT. Mizan Publika).
- Mohamad, Mahsun. 2006. *Pengukuran Kinerja Sektor Publik, Edisi pertama*. Yogyakarta. Penerbit BPFE, Fakultas Ekonomi UGM.
- Nasutioan, Mulyadi. 2010. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Bandung: Alfa Beta, PT.Raja Grafindo P

*Nursa'ad, Ramsi.2009. Kitab Awal Kitab Akhir, Buku Kajian Tasawuf,*

Sarwono, Sarlito Wirawan. 2002. Psikologi Sosial Individu dan Teori-Teori Psikologi sosial. Jakarta : Balai Pustaka.

Simamora, 2004, Manajemen Sumber Daya Manusia ,Yogyakarta, Edisi III, Aditama Media.

Soekirno, Agoes. I Cenik Ardana.2014. *Etika Bisnis dan Profesi, Edisi Revisi.* Jakarta. Penerbit Salemba Empat.

Suryana, Yuyus; Bayu Kartib. 2010. *Kewirausahaan, Pendekatan Karakteristik WirausawanSukses.*Edisi kedua. Jakarta: Kencana.

## KETENTUAN PENULISAN

1. Artikel yang ditulis dapat berupa hasil penelitian atau ide gagasan dibidang ilmu sosial, khususnya ilmu administrasi bisnis.
2. Artikel ditulis dalam bahasa Indonesia atau bahasa Inggris maksimal 20 halaman quarto, spasi 1,5, huruf new roman dilengkapi abstrak dan kata kunci.
3. Nama penulis ditulis di bawah judul.
4. Artikel hasil penelitian sbb:
  - a. Judul
  - b. Nama penulis
  - c. Abstrak dalam bahasa Indonesia / Inggris
  - d. Kata Kunci
  - e. Pendahuluan
  - f. Metode Penelitian
  - g. Pembahasan
  - h. Kesimpulan saran
  - i. Daftar Pustaka
5. Artikel ( ide / gagasan )
  - a. Judul
  - b. Nama penulis
  - c. Abstrak dalam bahasa Indonesia / Inggris
  - d. Kata Kunci
  - e. Pendahuluan
  - f. Sub Judul
  - g. Penutup
  - h. Daftar Rujukan
  - i. Lampiran
5. Artikel dikirim ke redaksi paling lambat dua bulan sebelum penerbitan

JIA	Vol : 10	No : 2	Hlm 1- 75	Bandar Lampung, Oktober 2017	ISSN : 2-087-0957
-----	----------	--------	-----------	------------------------------	-------------------

