

KOMUNIKASI ISAMI DALAM MEMBANGUN KINERJA ORGANISASI

Priyo Anggoro
Dosen UNUGHA Cilacap

ABSTRAK

The context of the organization in a society predominantly Muslim becomes tendensius for the survival of the organization, the rules that exist in the culture of Islam into something that is suggested to follow and carried. Concepts, models and values contained in an organization is the initial interpretation of the identity of the organization in the eyes of ordinary people in the economic, political and social, wether the organization is the organization in general and the organization of Islamic taje religious concepts that taken from tha basicsthat exist in the body of Islam it self. Islamically organizational culture is a container gathering of people who have been ingrained in the structure of Islam as the basic moves and effort in order to achieve the organization's goals for benefit and blessing of Allah SWT

Kata Kunci: *Komunikasi, Kinerja*

A. Pendahuluan

Manusia diberi anugrah oleh *Allah SWT* untuk berkehidupan di dunia ini dengan masing-masing keunikan yang telah diberikannya. Kita hidup sebagai manusia pasti saling membutuhkan untuk melengkapi kebutuhannya satu sama lain. Oleh karena itu dalam berkehidupan kita didukung untuk selalu berinteraksi antar sesamanya. Berinteraksi yang baik sangat diperlukan agar tercipta kehidupan yang baik, dimana kita nantinya akan bekerja sama untuk melengkapi setiap kekurangan dari tiap individu. Dalam keadaan saling melengkapi disini berarti kita dituntut untuk mencapai suatu tujuan bersama. Tujuan bersama ini mendorong adanya ikatan bersama yang seimbang untuk terbentuknya sebuah organisasi.

Karena organisasi terdiri dari beberapa unsur maka komunikasi yang baik adalah hal mutlak yang harus dipenuhi agar organisasi dapat berjalan dengan baik. Organisasi juga berada di tengah-tengah lingkungan, baik lingkungan masyarakat, atau lingkungan politik. Nilai dari pada sebuah organisasi terlihat daripada kinerja yang dihasilkannya. Kinerja juga berarti kuantitas dan atau kualitas hasil kerja individu atau kelompok pada suatu organisasi dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsi yang berpedoman pada norma, standar operasional prosedur, kriteria, dan ukuran yang

telah ditetapkan atau berlaku dalam organisasi, serta menjadi tolak ukur bagi penilaian organisasi tersebut.¹

B. Pengertian Komunikasi Isami dan Kinerja Organisasi.

1. Komunikasi

Komunikasi memegang peranan yang sangat penting dalam sebuah organisasi, baik komunikasi langsung atau tidak langsung. Dalam sebuah organisasi atau perusahaan karyawan baik bawahan atau atasan akan terlibat secara intensif dengan komunikasi. Pemimpin harus selalu mengkomunikasikan tujuan, kebijakan, prosedur, tata tertib yang berlaku dalam organisasi. Sehingga dapat dikatakan komunikasi dalam kegiatan seorang pimpinan memiliki arti yang sangat penting, komunikasi diterapkan dalam semua fungsi kepemimpinan.

Komunikasi merupakan penyampaian warta yang mengandung macam-macam keterangan dari seseorang kepada orang lain.² Dalam berkomunikasi tersebut terjadi transformasi berupa berita atau isi komunikasi daripada pemberi kepada penerima. Dimana seseorang selain sebagai pemberi juga sebagai penerima. Artinya terjadi tukar-menukar informasi antara sesama orang yang saling melakukan komunikasi. Dalam proses komunikasi tentu ada unsur-unsur agar komunikasi berjalan dengan baik:

- a. Pengirim (sender) adalah orang yang memiliki kebutuhan, keinginan atau informasi serta kepentingan untuk mengkomunikasikannya kepada satu atau lebih orang lain.
- b. Pesan (Message) bentuk fisik atau non fisik dimana pengirim menyampaikan informasinya.
- c. Penerima (receiver) orang yang pada akhirnya harus menafsirkan pesan daripada si pengirim.
- d. Umpan balik sangat berperan dalam berkomunikasi. Dimana komunikasi akan berjalan dengan baik apa bila terjadi dua arah atau lebih.

¹ Wibowo. 2012. *Manajemen Kinerja*. Jakarta: Rajawali Press. hlm 12

² Rismi somad dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Komunikasi*, Bandung: Alfabeta, 2015, hlm.155

Dalam berkomunikasi perlu memperhatikan prinsip dasar, karena berkomunikasi sesungguhnya adalah bagaimana komunikasi mampu meraih perhatian, cinta kasih, minat kepedulian dan respons positif. Beberapa prinsip dasar tersebut sering disingkat *REACH (Respect, Emphaty, Audible, Clarity, Humble)*.³

a. *Respect* (Menghargai).

Pada prinsipnya manusia ingin dihargai satu sama lain, jika kita membangun komunikasi dengan rasa saling menghargai satu sama lain maka akan tercipta suatu hubungan yang saling menguntungkan. Hal ini adalah pokok dalam menjalankan sebuah usaha atau bisnis apapun.

b. *Emphaty* (Empati).

Empati sering diartikan peduli atau kemampuan menempatkan diri pada situasi yang dihadapi oleh orang lain. Dengan empati kita dapat membangun keterbukaan dan kepercayaan dalam kerja sama dengan orang lain.

c. *Audible* (Memahami).

Dalam komunikasi personal hal ini berarti bahwa pesan yang disampaikan dengan cara atau sikap yang dapat diterima oleh penerima pesan. Hal ini mengacu pada kemampuan untuk menggunakan berbagai media untuk memperlancar komunikasi.

d. *Clarity* (Jelas).

Kejelasan daripada isi komunikasi itu harus, supaya tidak menimbulkan salah arti sehingga memiliki penafsiran yang berlainan. Karena perbedaan penafsiran dalam suatu hal akan menimbulkan efek yang tidak sederhana bahkan bisa fatal.

e. *Humble* (Rendah Hati).

³ *Ibid.*, hlm. 131.

Sikap rendah hati merupakan unsur yang penting, karena dengan rendah hati kita akan bisa lebih menghargai orang lain. Apabila kita bisa menghargai orang lain, maka orang lain pun akan menghargai kita.

Dalam berkomunikasi yang baik bukan tanpa hambatan, akan ada banyak hambatan yang dihadapi, beberapa diantaranya adalah:

- a. Perbedaan persepsi.
- b. Kesalahan penyerapan informasi.
- c. Perbedaan bahasa.
- d. Kurang perhatian.
- e. Perbedaan kondisi emosional dan:
- f. Perbedaan latar belakang pendidikan.

Hambatan-hambatan tersebut jika tidak diatasi maka bukan tidak mungkin akan menimbulkan masalah-masalah dalam berkomunikasi, yang menyebabkan komunikasi tidak efektif.⁴ Hal tersebut biasanya disebabkan oleh beberapa hal yaitu:

- a. Masalah dalam Mengembangkan Pesan.
- b. Masalah dalam menyampaikan pesan.
- c. Masalah dalam Menerima Pesan.
- d. Masalah dalam Menafsirkan Pesan.

2. Komunikasi Islami

Islam adalah agama yang sangat menjunjung tinggi nilai-nilai kesopanan dan sangat menghormati adab dan tingkah laku. Komunikasi dalam Islam merupakan komunikasi yang sesuai dengan Al-Qur'an dan Al-Hadis sebagai landasan hukum yang dipakai dalam kehidupan sehari-hari. Al-Qur'an merupakan terdapat petunjuk yang jelas sebagaimana dalam firman Allah Swt.

هَذَا بَيَانٌ لِّلنَّاسِ وَهُدًى وَمَوْعِظَةٌ لِّلْمُتَّقِينَ

Artinya: (Al Quran) ini adalah penerangan bagi seluruh manusia, dan petunjuk serta pelajaran bagi orang-orang yang bertakwa. (QS. Ali Imron:138)

⁴ Rismi somad dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Komunikasi*, hlm. 135.

Secara umum dapat diambil pengertian bahwa di dalam syari'ah Islam adalah aturan-aturan yang datag dari Allah Swt dan As Sunnah. Aturan-aturan tersebut megatur semua sendi-sendi kehidupan termasuk di dalamnya etika dalam berkomunikasi. Komunikasi daam Islam terbagi menjadi dua yaitu Komunikasi dengan Allah (*Khablum minallah*) dan komunikasi dengan sesame manusia (*Khablum minannas*). Salah satu bentuk komunikasi manusia dengan Tuhannya adalah doa. Dalam berdoa terdapat adab-adab atau hal-hal yang harus diperhatikan diantaranya adalah:⁵

- a. Diucapkan dengan bahasa yang dimengerti.
- b. Diucapkan dengan lemah lembut tetapi Jelas.
- c. Dipanjatkan dalam waktu yang tepat.
- d. Memakai pakaian yang suci.

Sedangkan komunikasi dengan sesama manusia (*Khablum minannas*) merupakan bentuk interaksi yang sangat luas dalam berbagai aktivitas kehidupan manusia, komunikasi ini dilakukan antar individu dengan individu, individu dengan kelompok atau kelompok dengan kelompok. Komunikasi merupakan salah satu kebutuhan manusia untuk menjalankan kehidupan manusia di dunia sebagai khalifah yang telah diamanahkan oleh sang khalik.

Komunikasi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia karena segala gerak langkahnya selalu disertai dengan komunikasi. Komunikasi yang dimaksud adalah komunikasi yang sesuai prinsip kaidah syari'ah yaitu komunikasi yang berahlakul karimah beretika. Kaidah, prinsip atau etika komunikasi dalam perspektif syari'ah merupakan panduan bagi manusia dalam berkomunikasi baik secara lisan, tulisan atau aktifitas lain.

Dari pemaparan di atas dapat di tarik suatu pengertian bahwa komunkasi Islami adalah proses interaksi antara manusia baik dengan sesame manusia atau dengan Allah (*Rabb-Nya*) didasarkan pada ajaran yang berlaku dalam agama Islam.

⁵ Muhammad Ismail yusanto dan Muhammad karebet Wijaya Kusuma, *Menggagas Bisnis Islam*, Jakarta: Gema Insani, 2002, hlm. 168.

3. Kinerja

Kinerja berasal dari pengertian *performance* yang merupakan proses dalam melakukan pekerjaan dan hasilnya yang berkaitan erat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan terhadap pihak yang dilayani, dan memiliki kontribusi secara ekonomi.⁶ Kinerja juga berarti kuantitas dan atau kualitas hasil kerja individu atau kelompok pada suatu organisasi dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsi yang berpedoman pada norma, standar operasional prosedur, kriteria, dan ukuran yang telah ditetapkan atau berlaku dalam organisasi, serta menjadi tolak ukur bagi penilaian organisasi tersebut.

Sedangkan menurut Irham Fahmi kinerja merupakan hasil dari suatu organisasi dalam periode waktu tertentu baik itu *profit oriented* atau *non profit oriented*.⁷ Dari pengertian tersebut dapat diambil beberapa poin yaitu hasil, organisasi, dan periode waktu. Artinya kinerja dapat diukur karena terdapat periode waktu tertentu. Masih dalam Irham Fahmi, Peter Alan mengemukakan terdapat tiga belas persyaratan agar sistem kinerja dapat efektif. Yaitu:

- a. Sistem evaluasi kinerja harus disesuaikan dengan kebutuhan spesifik dari organisasi.
- b. Faktor-faktor penilaian harus subjektif dan es-konkret mungkin.
- c. Evaluasi kinerja harus bebas dari bias.
- d. Prosedur dan administrasi evaluasi kinerja harus seragam.
- e. Sistem evaluasi kinerja harus mudah untuk dioperasikan.
- f. Hasil sistem evaluasi kinerja harus dipakai untuk mengambil keputusan.
- g. Sistem evaluasi kinerja harus menyediakan suatu telaah atau proses naik banding.
- h. Sistem harus dapat diterima oleh pemakai.
- i. Sistem evaluasi kinerja harus dapat dioperasikan secara ekonomis.
- j. Penilaian kinerja harus didokumentasikan.
- k. Penilaian harus terlatih dan mempunyai kualifikasi untuk melaksanakan evaluasi kinerja.

⁶ Wibowo. 2012. Manajemen Kinerja. Jakarta: Rajawali Press.hlm 02

⁷ Fahmi, Irham. 2011. Manajemen Teori, Kasus dan Solusi. Bandung. Alfabeta.hlm 226

- l. Sistem evaluasi kinerja harus menyediakan cara memonitor dan mengevaluasi pelaksanaannya.
- m. Manajemen puncak harus mendukung sistem evaluasi kinerja dengan jelas.

Kinerja dapat dipengaruhi oleh 2 (dua) faktor. Pertama adalah faktor yang bersumber dari pekerja dimana faktor ini dipengaruhi oleh kemampuan dan kompetensi pekerja itu sendiri. Kedua, faktor yang berasal dari organisasi yang setidaknya dipengaruhi oleh 3 (tiga) faktor, yakni seberapa baik pemimpin memberdayakan pekerjanya, bagaimana mereka (para pimpinan/organisasi) memberikan penghargaan pada pekerjanya, dan bagaimana mereka (para pimpinan/organisasi) mendorong (memberikan semangat) dan membantu meningkatkan kemampuan kinerja pekerjanya, seperti melalui *coaching*, *mentoring*, dan *counseling*.

Untuk menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi suatu kinerja, dibutuhkan pengetahuan dan informasi tentang indikator kinerja. Ada 7 (tujuh) indikator yang dapat dijadikan sebagai tolak ukur tinggi atau rendahnya suatu kinerja.⁸ yaitu:

- a. *Goals* (tujuan)
adalah keadaan yang lebih baik, yang akan atau harus dicapai di masa yang akan datang.
- b. *Standard* (standar)
merupakan suatu ukuran yang dipakai untuk memberitahukan kapan suatu tujuan dapat diselesaikan.
- c. *Feedback* (umpan balik)
yakni melaporkan kemajuan, baik kualitas maupun kuantitas, dalam mencapai tujuan yang didefinisikan oleh standar.
- d. *Means* (alat atau sarana)

⁸ Wibowo. 2012. Manajemen Kinerja. Jakarta: Rajawali Press.hlm 102

yakni sumber daya yang dapat dipergunakan untuk membantu menyelesaikan tujuan dengan sukses.

e. *Competence* (Kompetensi)

yakni kemampuan yang dimiliki oleh seseorang untuk menjalankan pekerjaan yang diberikan kepadanya dengan baik.

f. *Motive* (Motif)

merupakan dungan atau alasan bagi seseorang untuk melakukan sesuatu, misalnya insentif, pengakuan, kompensasi, dan lain sebagainya.

g. *Opportunity* (Peluang)

yakni kesempatan yang didapatkan seseorang untuk menunjukkan prestasi kerjanya.

Setiap ahli memiliki pendapat asing-masing tentang kinerja. Baik mengenai pengertian, aspek-aspek kinerja, faktor pendukung, hambatan dan lainnya. Namun dengan keberagaman pendapat itu menjadikan kinerja menarik untuk dipelajari lebih jauh. Karena kinerja selalu hadir dalam setiap aspek kehidupan, baik itu kehidupan bermasyarakat, berorganisasi, perusahaan, pemerintahan, bahkan dalam kehidupan keluarga kinerja selalu menjadi salah satu tolok ukur keberhasilan seseorang

4. Organisasi

Setiap ahli mempunyai sudut pandang masing-masing terhadap suatu hal, ini menyebabkan pengertian tentang organisasi berbeda-beda. Walau pada intinya sama, namun jika dipandang dari beberapa disiplin ilmu atau mungkin secara etimologi organisasi mempunyai beberapa pengertian yaitu..

- James D. Mooney, Organisasi adalah sebagai bentuk setiap perserikatan orang-orang untuk mencapai suatu tujuan bersama (*Organization is the form of every human association for the attainment of common purpose*).
- John D. Millet, Organisasi adalah sebagai kerangka struktur dimana pekerjaan dari beberapa orang diselenggarakan untuk mewujudkan suatu tujuan bersama (*Organization is the structural framework within which the work of many individuals is carried on for the realization of common purpose*).

- Herbert. A. Simon, Organisasi adalah sebagai pola komunikasi yang lengkap dan hubungan-hubungan lain di dalam suatu kelompok orang-orang (*Organization is the complex pattern of communication and other relations in a group of human being*).
- Syamsir Torang, System peran aliran aktifitas dan proses (pola hubungan kerja) dan melibatkan beberapa orang sebagai pelaksana tugas yang didisain untuk mencapai tujuan bersama.⁹

Jadi organisasi adalah sistem sosial yang dikoordinasikan secara sadar dengan aturan yang telah dibuat dan disepakati bersama untuk mencapai tujuan tertentu.

a. Komunikasi Organisasi dan Lingkungannya

Dalam organisasi terdapat adanya beberapa jaringan komunikasi. Jaringan ini dapat digambarkan sebagai berikut.

1) Jaringan Lingkungan atau Roda.

Pola komunikasi lingkaran menggambarkan adanya komunikasi tersentralisasi. Anggota kelompok dalam organisasi tersebut mempunyai peluang untuk menyampaikan pendapatnya. Untuk menyampaikan ide atau pendapatnya dalam pola ini harus melalui anggota lain terlebih dahulu.

2) Jaringan Pola Rantai.

Pola rantai menunjukkan bentuk komunikasi yang bersifat perintah atau instruksi. Seperti dari komandan kepada bawahannya dalam militer.

3) Jaringan Pola Y

pola ini merupakan pola terdesentralisir karena anggota 1 dan anggota 2 cenderung menjadi pusat informasi.

⁹ Torang, Syamsir. 2013. Organisasi & Manajemen. Bandung: Alfabeta. Hlm 25

4) Jaringan Pola Bintang.

Pola bintang anggota 1 merupakan pusat informasi dan cenderung menjadi pemimpin kelompok. Semua anggota dalam kelompok tersebut apabila ingin berkomunikasi harus melalui pemimpin kelompok tersebut

5) Jaringan Pola Semua Saluran

Ini merupakan bentuk pola yang paling terdesentralisasi dibandingkan semua pola yang ada.

Pola komunikasi mempunyai efektivitas yang berbeda dalam hubungannya dengan pekerjaan bila pekerjaannya bersifat rutin dan sederhana maka pola jaringan bintang yang lebih efektif. Karena dalam pola ini, komunikasi diantara anggotanya akan lebih lancar dalam menyelesaikan pekerjaan. Untuk manajer perlu mendesain pola jaringan komunikasi agar dapat meningkatkan efektifitas kerja.

b. Hambatan Dalam Komunikasi Organisasi

Dalam melakukan komunikasi organisasi sudah tentu ada hambatan dan kendala yang di hadapi, baik itu langsung atau tidak langsung, sengaja atau kebetulan saja. Hambatan-hambatan tersebut antara lain:

1) Hambatan individual.

Dapat terjadi karena adanya perbedaan individu, misalnya perbedaan pola pikir, usia, kemampuan, statuts atau hambatan psikologis.

2) Hambatan Mekanik.

Dapat terjadi karena adanya hambatan pada struktur organisasi, misalnya adanya ketidakjelasan garis wewenang dalam struktur organisasi atau juga dapat terjai karena materi komunikasi yang tidak jelas karena struktur kalimat yang tidak baik, istilah yang digunakan terlalu sulit.

3) Hambatan fisik.

Dapat terjadi karena pemilihan media komunikasi yang tidak tepat, jarak yang terlalu jauh antara pengirim dan penerima, atau karena kondisi lingkungan.

4) Hambatan Semantik.

Dapat terjadi karena sebuah kata memiliki beberapa arti kata yang berbeda –beda, sehingga menimbulkan interpretasi yang berbeda pula.

C. Komunikasi Islami dalam membangun kinerja.

Islam telah sedemikian sempurna dalam mengatur kehidupan manusia di dunia dan di akhirat. Dari mulai hal hal terkecil sampai terbesar, semua ada aturan yang jelas dan menguntungkan bagi manusia dan lingkungannya. Begitu juga etika dalam berkomunikasi, dalam berbagai literature yang ada setidaknya ada enam kaidah atau prinsip dalam berkomunikasi yaitu:¹⁰

a. Qaulan Kariiman (Perkataan Mulia).

Gunakanlah kata-kata yang mulia, penuh penghormatan terhadap sesama tanpa membeda-bedakan pangkat dan kedudukan.

b. Qaulan Ma'rufan (Perkataan Baik).

Berkata-katalah yang baik, kalau tidak bisa maka lebih baik diam. Islam telah mengajarkan mealui dalil-dalil yang jelas baik berupa nasehat atau contoh langsung oleh RosulNya.

c. Qaulan Sadidan (Lurus dan benar).

Berkatalah sesuatu yang benar, seorang muslim hendaknya selalu berkata benar dan jujur dalam setiap kesempatan.

d. Qaulan Balighan (Perkataan Tepat).

Jika dicermati dari pengertian qaulan balighan dapat diambil pengertian bahwa kita hendaknya menggunakan kata-kata yang efektif tepat sasaran, komunikatif dan langsung ke pokok masalah. Situasi dan kondisi juga harus diperhatikan agar tidak terjadi salah tafsir.

e. Qaulan Masyura (Mudah dimengerti).

Komunikasi ini maksudnya pesan yang disampaikan sederhana mudah dimengerti oleh si penerima pesan. Dalam organisasi biasanya terdiri dari

¹⁰ Ikatan Bankir Indonesia, 2015. Strategi Bisnis yari'ah. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. Hlm 05

bermacam-macam suku, bangsa dan agama. Gunakanlah bahasa yang mudah dimengerti dan tidak menyinggung perasaan satu sama lainnya.

f. Qaulan Layyinan (Perkataan Lemah Lembut).

Siapapun tidak akan suka apabila ada yang berkata kasar terhadap dirinya, rosululloh SAW telah mencontohkan dalam berkomunikasi selalu menggunakan kata-kata yang lemah lembut walau terhadap musuh sekalipun.

Selain hal di atas Rosululloh Saw Juga telah membei contohnya melalui sifat-sifat beliau yaitu:

a. Siddiq.

Siddiq artinya benar, bahwa Rosululloh Saw selalu benar dalam perkataan dan perbuatan.

b. Amanah.

Amanah berati dapat dipercaya, Rosululloh Saw adalah contoh nyata orang yang dapat dipercaya karena beliau selalu menjaga amanah dan tidak pernah berkhaianat sekalipun. Bahkan musuh-musuhnya pun mengakuinya.

c. Fathonah.

Fathonah berate cerdas, sehingga beliau selalu dapat menyelesaikan masalah yang ada.

d. Tabligh.

Tabligh berate menyampaikan apa yang seharusnya disampaikan kepada umatnya. Tidak ada rahasia yang ditutup-tutupi sehingga semu tampak jelas.

Sebagai Umat muslim hendaknya kita meneladani sifat-sifat Rosululloh Saw dalam kehidupan sehari-hari. Begitu juga dalam dunia kerja, sehingga dengan komunikasi yang baik akan tercipta kinerja yang baik. Komunikasi Islami merupakan komunikasi yang dalam pelaksanaannya tidak menyimpang dari ajaran Islam yang tertera dalam Al Qur'an dan Al Hadits.

D. Kesimpulan.

Organisasi harus selalu mengutamakan komunikasi, baik itu internal atau eksternal. Komunikasi menjadi penentu arah dari organisasi. Melalui komunikasi inilah organisasi mencapai apa yang menjadi tujuannya. Lingkungan memiliki peran yang vital dalam perkembangan organisasi. Sebuah organisasi harus memperhatikan asas manfaat dengan lingkungan, baik lingkungan internal maupun eksternal.

Komunikasi adalah pertukaran informasi antara pengirim pesan dan penerimanya untuk mendapatkan pengertian yang sama. Seorang manajer harus mampu mendesain pola komunikasi yang tepat, sehingga tercipta hubungan timbal balik yang menguntungkan. Tentunya itu semua tidak lepas dari hambatan dan tantangan. Disinilah Islam sebagai agama yang sempurna memberi tuntunan dan aturan yang jelas. Islam adalah agama yang sempurna, Islam telah mengatur semua dalam setiap sendi-sendi kehidupan manusia termasuk dalam berkomunikasi baik dengan Allah Sang Halik atau dengan sesama manusia.

Daftar Pustaka

- Fahmi, Irham. 2011. *Manajemen Teori, Kasus dan Solusi*. Bandung. Alfabeta
- Ikatan Bankir Indonesia, 2015. *Strategi Bisnis yari'ah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Wijaya Kusuma, *Menggagas Bisnis Islam*, Jakarta: Gema Insani, 2002, hlm
- Rismi Somad dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Komunikasi*, Bandung: Alfabeta, 2015.
- Seri Buku Diktat Kuliah, 1991 : *Pengantar Organisasi dan Metode*, Jakarta, Gunadarma,
- Torang, Syamsir. 2013. *Organisasi & Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Wibowo. 2012. *Manajemen Kinerja*. Jakarta: Rajawali Press
- Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas
- Wiludjeng, Sri. 2007. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Wursanto, 2003, " *Dasar-Dasar Ilmu Organisasi* ", Yogyakarta ANDI.