

INTERNALISASI KOMUNIKASI PEMASARAN DI SWALAYAN SURYA INDAH WATAMPONE ANALISIS BERBASIS ETIKA BISNIS ISLAM

Asrudi¹⁾, Cici Girik Allo²⁾, Ismail³⁾

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Univeritas Musamus

email: asrudi_fekon@unmus.ac.id

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Univeritas Musamus

email: cicigirikallo@unmus.ac.id

³Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Univeritas Musamus

email: ismail@unmus.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana pemahaman karyawan tentang etika bisnis Islam dalam hal komunikasi pemasaran dan implementasi internalisasi etika bisnis Islam dalam komunikasi pemasaran pada Surya Indah Swalayan. Data dalam penelitian ini berupa data primer yang diperoleh langsung dari pimpinan, karyawan, dan konsumen Surya Indah Swalayan yang secara keseluruhan berjumlah enam orang dan data sekunder sebagai penunjang data primer. Sumber data dalam penelitian ini adalah dari pimpinan, karyawan, dan konsumen Surya Indah Swalayan di Kab. Bone. Metode penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan deskriptif kualitatif yang dilakukan dengan cara merumuskan dan menafsirkan data yang diperoleh, menyusun dan mengklasifikasikan, serta menganalisis dan menginterpretasikannya sehingga memberikan gambaran yang jelas mengenai objek yang diteliti. Hasil penelitian yang diperoleh menyatakan bahwa pemahaman etika bisnis karyawan di Surya Indah Swalayan menunjukkan adanya upaya penanaman pemahaman akan sikap kejujuran, transparansi, komitmen, kerja sama, disiplin, peduli, dan bertanggung jawab. Implementasi etika bisnis Islam dalam komunikasi pemasaran direpresentasikan melalui sikap dalam bentuk pelayanan kepada konsumen dengan menerapkan sikap kejujuran, tanggung jawab, dan kecerdasan.

Kata Kunci : Etika Bisnis, Komunikasi, Pemasaran.

PENDAHULUAN

Pesatnya aktivitas bisnis menjadikan persaingan bisnis semakin tajam. Dunia bisnis juga membutuhkan bukti empiris di lapangan dengan segala dinamikanya. Ekonomi syariah menjadi suatu alternatif pemikiran yang berkembang saat ini, tidak hanya di negara yang penduduknya mayoritas muslim (1). Inggris menjadi salah satu Negara yang mencoba menjadi pusat keuangan syariah di dunia. Hukum ekonomi Islam menjelaskan tentang aturan bermuamalat. Terdapat batasan atau garis pemisah antara yang boleh dan tidak boleh dilakukan, yang benar dan salah, serta halal dan haram (2). Batasan-batasan tersebutlah yang dikenal dengan istilah etika.

Etika bisnis Islam dipandang penting

untuk mengembalikan moralitas dan spiritualitas dalam dunia bisnis. Produk yang bagus mudah ditiru, tetapi reputasi sebagai hasil dari penerapan etika akan sulit ditandingi. Etika bisnis Islam berlandaskan pada tuntunan ajaran islam yang tersurat dan tersirat di dalam Al-Qur'an dan Hadis sebagai dasar penilaian benar atau salah atas perilaku bisnis yang dilakukan (3). Dalam proses interaksi antara produsen dan konsumen, penerapan etika menjadi landasan utama yang menentukan arah kesepakatan antara kedua belah pihak. Kenyamanan pembeli ditentukan oleh sikap pedagang atas produk yang ditawarkan.

Konsumen biasanya melakukan pertimbangan untuk mengambil keputusan dalam pembelian. Kebanyakan perusahaan besar meneliti keputusan membeli konsumen

secara amat rinci untuk menjawab pertanyaan mengenai, apa yang dibeli konsumen, di mana mereka membeli, bagaimana dan berapa banyak mereka membeli, serta mengapa mereka membeli (4).

Adapun prinsip-prinsip dasar etika bisnis dalam Islam sebagai berikut (5); a). Kesatuan (*Unity*), atas dasar konsep ini etika dan bisnis menjadi terpadu, vertikal maupun horizontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam; b) Keseimbangan (*Equilibrium*), dasar konsep ini pada keadilan sehingga tidak menyebabkan kezaliman. Dalam perniagaan, persyaratan adil yang paling mendasar adalah agar pengusaha Muslim menyempurnakan takaran bila menakar dan menimbang dengan alat timbangan yang benar, karena hal itu merupakan perilaku terbaik yang mendekatkan pada ketakwaan (6); c) Kehendak bebas (*Free Will*), dasar konsep ini pada pentingnya kebebasan dalam bisnis Islam yang tidak merugikan kepentingan kolektif. Kecenderungan pribadinya yang tak terbatas dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakatnya melalui zakat, infak, dan sedekah; d) Tanggung Jawab (*Responsibility*), konsep ini menekankan adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan.

Secara logis prinsip ini berhubungan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggung jawab atas semua yang dilakukannya. e). Kebajikan (*Ihsan*), pada konsep ini menekankan pada perilaku baik, bersikap ramah, dan murah hati sehingga terjalin hubungan baik antara penjual dan pembeli.

Penerapan etika bisnis Islam dalam komunikasi pemasaran masih belum sepenuhnya terealisasi dengan baik, termaksud masyarakat di Kabupaten Bone. Masih sering terdengar keluhan masyarakat atau konsumen setelah berbelanja pada beberapa swalayan di Kabupaten Bone. Surya Indah Swalayan menjadi salah satu tempat berbelanja yang ramai dikunjungi masyarakat di Kabupaten Bone. Swalayan ini memiliki

beberapa anak cabang yang selalu ramai konsumen. Berdasarkan observasi awal peneliti, terdapat ketidaksesuaian antara harga yang tertera di label dan harga di kasir. Hal ini menjadi dasar peneliti untuk melihat bagaimana pemahaman karyawan tentang etika bisnis Islam dalam hal komunikasi pemasaran dan implementasi internalisasi etika bisnis Islam dalam komunikasi pemasaran pada Surya Indah Swalayan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Bone, Sulawesi Selatan, dengan mengambil 3 kecamatan sebagai objek penelitian, yaitu kecamatan Tanete Riattang, kecamatan Tanete Riattang Timur dan kecamatan Tanete Riattang Barat. Penelitian ini dikhususkan pada Swalayan Surya Indah Watampone. Penelitian ini mengambil sebuah studi kasus, yakni penelitian yang mendalam tentang internalisasi etika bisnis Islam dalam komunikasi pemasaran pada Swalayan Surya Indah Watampone yang bertujuan untuk memperoleh deskripsi secara utuh dan mendalam dari sebuah entitas.

Data pada penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu; a) data primer, yang diperoleh langsung dari masyarakat (sumber pertama), yaitu: pimpinan, karyawan, dan konsumen Surya Indah Swalayan yang secara keseluruhan berjumlah enam orang. Data ini langsung diamati dan dicatat untuk pertama kalinya melalui penelitian. Data primer berasal dari, observasi, wawancara, angket; b) data sekunder yaitu data yang bukan diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti, tetapi diperoleh dari biro statistik, majalah, keterangan-keterangan atau publikasi ilmiah lainnya. Sumber data dalam penelitian ini adalah dari pimpinan, karyawan, dan konsumen Surya Indah Swalayan yang secara keseluruhan berjumlah enam orang. Metode penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan deskriptif kualitatif yang dilakukan dengan cara merumuskan dan menafsirkan data yang diperoleh, menyusun dan mengklasifikasikan,

serta menganalisis dan menginterpretasikannya sehingga memberikan gambaran yang jelas mengenai objek yang diteliti. Data yang diperoleh diklasifikasikan menurut fokus permasalahannya kemudian diolah dan dianalisis berdasarkan tujuan penelitian, yang selanjutnya akan disimpulkan berdasarkan data yang ada.

Teknik analisis data dilakukan melalui;

a) Tahap penelitian yang mencakup; perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan penyusunan laporan; b) Instrumen yang mencakup; perencanaan, pembuatan butir soal, uji coba instrumen, uji validitas, dan uji rehabilitas. Setelah data diproses, tahap selanjutnya adalah pengolahan data untuk menghindari agar tidak terjadi kesalahan dan mempermudah pemahaman, maka penelitian ini disusun dengan tahapan; a) pemeriksaan data; b) klasifikasi data; c) verifikasi; d) analisis data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

1. Pemahaman Etika Bisnis Surya Indah Swalayan

Semakin meningkatnya kesadaran bisnis yang menguntungkan adalah bisnis yang di dukung dengan standar perilaku etis yang tinggi, dengan bisnis yang beretika pada gilirannya akan menghasilkan kinerja yang berkesinambungan. Surya Indah Swalayan menerapkan sistem etika bisnis Islami Nilai atau norma yang diterapkan merupakan perwujudan dari cara berbisnis Rasulullah Saw. Sistem usaha yang diterapkan berbasis Islam dengan etika dan kaidah-kaidah ketentuan hukum yang belaku serta norma yang diwujudkan melalui pemahaman akan sikap kejujuran, transparansi, komitmen, kerja sama, disiplin, peduli, dan bertanggung jawab. Pemahaman etika bisnis tersebut diantaranya:

a. Kejujuran berupa integritas, ketulusan, dapat dipercaya dan satu kata dengan perbuatan, di samping itu bersikap dan

berperilaku baik sehingga dapat menjadi teladan bagi karyawan.

- b. Transparansi menyatakan apa adanya, tidak menyembunyikan masalah. Menyampaikan hal-hal yang perlu diketahui oleh orang lain di lingkungan Surya Indah Swalayan sesuai dengan kepentingan dan kewenangannya. Dengan transparansi seperti ini maka konsumen dapat mengetahui status kehalalan produk yang ada di Surya Indah Swalayan.
- c. Memiliki kesatuan tekad dan tujuan, loyal kepada Surya Indah Swalayan konsisten pada keputusan stakeholder. Bekerja dengan dedikasi tinggi yang dilandasi dengan pandangan yang sama dengan tujuan swalayan. Bertanggung jawab penuh atas pelaksanaan keputusan yang ditetapkan sesuai dengan kewenangan dan berani menanggung risiko atas keputusan yang diambilnya serta menjalankan aturan yang sudah disepakati untuk mendukung pemenuhan kepentingan Swalayan.
- d. Menciptakan iklim dimana semua karyawan bisa berpartisipasi dan berkontribusi dengan menumbuh kembangkan ide, kreativitas dan gagasan banyak orang serta selalu melihat sisi positif dan manfaat dari setiap ide/gagasan kritik/permasalahan yang disampaikan tanpa mencari-cari kesalahan orang lain.
- e. Patuh pada aturan dan sistem. Bekerja dengan mengikuti sistem peraturan yang berlaku serta hasil pencapaian informasi tidak dilakukan melalui cara jalan pintas dalam menyelesaikan pekerjaan. Di Surya Indah Swalayan juga sangat memperhatikan tentang etika kedisiplinan dalam kegiatan sehari-harinya.
- f. Konsumen berupaya memahami dan menghargai kebutuhan pelanggan serta menaruh perhatian yang tulus terhadap

permasalahan yang dihadapi dan mengupayakan solusinya.

- g. Bertanggung jawab dalam memberikan hal terbaik bagi konsumen dengan menjadikan pelayanan sebagai tujuan dengan cara memenuhi standar-standar proses dan kualitas yang telah disepakati dan ditetapkan tidak pernah puas dengan hasil yang dicapai dan selalu berupaya melakukan perbaikan serta meningkatkan hasil penjualan.

2. Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Komunikasi Pemasaran

Ekonomi (bisnis) dan Akhlak (etika) tidak pernah terpisahkan sama sekali seperti halnya ilmu dan akhlak. Akhlak adalah daging dan urat adalah urat kehidupan Islam. Pada Surya Indah Swalayan, implementasi etika bisnis Islam dalam komunikasi pemasaran diwujudkan dalam bentuk pelayanan kepada konsumen dengan menerapkan sikap kejujuran, tanggung jawab, dan kecerdasan. Implementasi etika bisnis merupakan perwujudan dari pemahaman mengenai etika bisnis Islam yang menjadi landasan usaha Surya Indah Swalayan. Bentuk implementasi tersebut diantaranya:

- a. Standar kejujuran berlandaskan pada hati nurani yang tidak tercemar nafsu sehingga dalam mengkomunikasikan sebuah produk, produsen tidak mengada-ngada. Kejujuran diimplementasikan dalam bentuk penyampaian fakta kepada konsumen secara jujur. Kejujuran tersebut akan memberikan kepercayaan kepada pelanggan yang nantinya diharapkan dapat memberi kepuasan tersendiri yang akan menimbulkan loyalitas terhadap pembelian produk di Surya Indah Swalayan.
- b. Persaingan yang semakin kompetitif membuat banyak orang menghalalkan segala cara untuk mendapat keuntungan. Implementasi sikap bertanggung jawab

terlihat melalui promosi yang dilakukan karyawan Surya Indah Swalayan dengan tidak berlebihan mempromosikan produk yang dijual. Tidak berlebihan yang dimaksud merujuk pada kesesuaian antara promosi dan produk yang ditawarkan.

- c. Implementasi kecerdasan disini terkait juga dengan kecerdasan spiritual. Kecerdasan tersebut dapat berupa inovasi yang dilakukan Surya Indah Swalayan dengan memasarkan produknya tanpa memanipulasi produk. Pemasaran produk yang inovatif dapat menguntungkan kedua belah pihak.

B. Pembahasan

Internalisasi atau pemahaman tentang etika bisnis Islam pada karyawan Surya Indah Swalayan dilakukan melalui beberapa langkah-langkah, diantaranya: Membaca Ayat suci Al-Qur'an sebelum memulai pekerjaan, salat dhuha, dan berpakaian yang islami. Kegiatan tersebut diharapkan dapat menimbulkan kesadaran penting tentang etika bisnis Islam (7) dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam proses pelayanan dengan konsumen. Penerapan etika bisnis merupakan bentuk peningkatan kualitas Surya Indah Swalayan.

Komitmen penerapan etika bisnis Islam dalam menjalankan bisnis di Surya Indah Swalayan juga diimplementasikan dalam bentuk pembacaan ayat suci Al-Quran oleh ustadz yang dihadirkan oleh pihak swalayan. Disamping itu, semua karyawan menjalankan shalat dhuha sebelum membuka swalayan, serta penanaman nilai-nilai keikhlasan sebelum memulai pekerjaan kepada seluruh pekerja di Swalayan tersebut.

Bentuk pemahaman nilai kejujuran di Surya Indah Swalayan diwujudkan melalui kejujuran terhadap konsumen baik secara tutur kata, maupun penyampaian terkait produk yang dijual. Nilai transparansi terlihat melalui keterbukaan produsen terhadap

konsumen dengan mencantumkan label harga yang sesuai, sehingga tidak ada ketimpangan antara harga label dengan harga kasir. Pemahaman mengenai komitmen dalam bentuk etika terlihat melalui loyalitas pelayanan yang diberikan oleh Surya Indah Swalayan terhadap konsumen. pemahaman mengenai kerja sama diwujudkan melalui komunikasi yang baik antara pimpinan dengan karyawan, karyawan dengan karyawan, dan karyawan dengan konsumen.

Disiplin sebagai bentuk pemahaman etika bisnis Islam diwujudkan melalui komitmen terhadap aturan yang telah ditetapkan pada Surya Indah Swalayan, baik dalam prosedur pelayanan terhadap konsumen maupun dalam pelaksanaan kegiatan yang diadakan oleh pimpinan Surya Indah Swalayan. Pemahaman dalam bentuk kepedulian tercermin melalui adanya sikap simpati karyawan terhadap pembeli yang datang. Pemahaman sikap bertanggung jawab dilakukan dengan cara amanah terhadap tugas yang diberikan pimpinan kepada karyawan di Surya Indah Swalayan.

Implementasi etika bisnis Islam dalam bentuk komunikasi pemasaran diwujudkan melalui sikap jujur dalam bentuk kesesuaian ucapan dan perbuatan karyawan Surya Indah Swalayan. Hal ini terlihat melalui sikap tidak berlebihan dalam menyampaikan promosi terhadap produk tertentu kepada pembeli. Tanggung jawab diwujudkan melalui sikap amanah terhadap sebuah tugas yang diberikan. Setiap karyawan memiliki tugas masing-masing yang dipertanggungjawabkan dalam bentuk laporan kepada pimpinan. Sementara bentuk kecerdasan diwujudkan dalam bentuk strategi pemasaran yang tetap sesuai dengan ketentuan syariah Islam.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pemahaman karyawan terhadap etika bisnis Islam mulai tercermin melalui standar oprasional yang dibuat oleh pimpinan Surya Indah Swalayan. Setiap karyawan melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya

sesuai arahan dan aturan masing-masing, sehingga tidak ada kecurangan dan penipuan dalam melakukan aktivitas (8) penjualan dan pelayanan kepada konsumen.

Penerapan etika bisnis Islam dalam komunikasi pemasaran dapat terwujud dengan baik jika setiap komponen bisnis memiliki pemahaman yang sama. Penanaman pemahaman melalui pembiasaan dan juga aturan yang ditetapkan oleh Surya Indah Swalayan. Selain itu, visi dan misi yang merujuk pada etika bisnis Islam menjadi acuan yang mencerminkan Surya Indah Swalayan.

Islam dengan ajarannya yang universal telah meletakkan konsep tata kehidupan umat manusia agar dapat berjalan dengan baik, termasuk mekanisme bisnis dalam berusaha, yaitu sebagai upaya umat manusia untuk mewujudkan kesejahteraan di dunia maupun di akhirat (falah) (9). Etika bisnis islam dapat menajdi acuan dalam internalisasi komunikasi pemasaran bisnis di Kabupaten Bone. Bukan hanya di Surya Indah Swalayan tetapi juga di tempat perbelanjaan lainnya.

REFERENSI

1. ANSORI A. Digitalisasi Ekonomi Syariah. Islam J Ekon Islam. 2016;7(1).
2. Amalia F. ETIKA BISNIS ISLAM: KONSEP DAN IMPLEMENTASI PADA PELAKU USAHA KECIL.
3. Muna N El. NILAI-NILAI ETIKA BISNIS ISLAM SEBAGAI PONDASI PENGEMBANGAN PT. BANK SYARIAH INDONESIA (Perspektif Hukum Islam dan Global Compact). BISEI J Bisnis dan Ekon Islam. 2021;06:63–73.
4. Wigati S, Konsumen P. PERILAKU KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM Oleh: Sri Wigati (Dosen Fakultas Syariah IAIN Sunan Ampel Surabaya). 2011;01(01):22–39.
5. Sasnita A, Musyahidah S, Nursyamsu N. Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap

Keputusan Pembelian Busana Muslimah Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Palu. *J Ilmu Ekon dan Bisnis Islam*. 2020;1(2):70–88.

6. Aziz A. *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta; 2013. 46 p.
7. Kristianto Dwi estijayandono D. *Etika Bisnis Jual Beli Online dalam Perspektif Islam*. *J Huk Ekon Syariah*. 2019;3(1):53–68.
8. Barus EE. **IMPLEMENTASI ETIKA**
9. Tamsir T, Abdullah MW, Hasaruddin H. **BISNIS ISLAM (STUDI PADA RUMAH MAKAN WONG SOLO MEDAN)**. 2016;2(September):125–46.
9. Tamsir T, Abdullah MW, Hasaruddin H. *Internalisasi Nilai Kearifan Lokal Pobinci-Binciki Kuli pada Usahawan Buton dalam Etika Bisnis Syariah untuk Mewujudkan Kesejahteraan*. *Al-Tijary*. 2020;5(1):1–18.