Gunung Djati Conference Series, Volume 56 (2025)
Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis Islam Tahun 2025
ISSN: 2774-6585

STRATEGI KOMUNIKASI BISNIS SYARIAH YANG EFEKTIF UNTUK MENINGKATKAN KINERJA DAN SINERGI TIM

[1]Ikhwan Ridwan Firdaus, [2]Muhammad Zahran Syahza, [3]Ghilman Azkiyya

[123]UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia
Email: ikhwanridwanfirdaus06@gmail.com, syahza02@gmail.com, ghilman126@gmail.com

Abstract

Effective communication in the context of Sharia business is not only focused on the clear and accurate delivery of information but also emphasizes the application of fundamental Islamic values such as honesty (shidq), trustworthiness (amanah), and justice in every interaction. Within an organizational environment, communication conducted in accordance with Sharia principles plays a vital role in fostering an ethical, transparent, and respectful work culture. This study aims to examine in depth the strategies of Sharia business communication that have the potential to enhance team performance and synergy within an organization. The method used is a literature review with a descriptive-qualitative approach, intended to explore concepts, principles, and communication practices based on scholarly literature and Islamic perspectives. The findings indicate that Sharia-based communication strategies that apply the principles of consultation (shura), ethical conduct in communication (akhlaq al-karimah), and honesty have a positive impact on creating a harmonious and productive work environment. Communication oriented toward Islamic values has been proven to strengthen team cohesion, increase mutual trust, and encourage more effective collaboration in the workplace, thereby contributing significantly to the achievement of organizational goals.

Keywords: Sharia Communication, Business Strategy, Team Performance, Islamic Values, Synergy.

Abstrak

Komunikasi yang efektif dalam konteks bisnis syariah tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi secara jelas dan tepat, tetapi juga menekankan penerapan nilai-nilai Islam yang mendasar seperti kejujuran (shidq), amanah, dan keadilan dalam setiap interaksi. Dalam lingkungan organisasi, komunikasi yang dijalankan sesuai prinsip syariah berperan penting dalam menciptakan budaya kerja yang etis, transparan, dan saling menghargai. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam strategi komunikasi bisnis syariah yang berpotensi meningkatkan kinerja dan sinergi tim dalam suatu organisasi. Metode yang digunakan adalah studi kepustakaan dengan pendekatan deskriptif-kualitatif, yang bertujuan menggali konsep, prinsip, serta praktik komunikasi berdasarkan literatur ilmiah dan perspektif Islam. Hasil kajian menunjukkan bahwa strategi komunikasi berbasis syariah yang menerapkan prinsip musyawarah (shura), etika komunikasi (akhlaq al-karimah), dan kejujuran memiliki dampak positif dalam membangun suasana kerja yang harmonis dan

Copyright © 2025 The Authors. Published by Gunung Djati Conference Series This is open access article distributed under the CC BY 4.0 license - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0

produktif. Komunikasi yang berorientasi pada nilai-nilai Islam terbukti mampu memperkuat kohesi tim, meningkatkan rasa saling percaya, serta mendorong kolaborasi yang lebih efektif di lingkungan kerja, sehingga secara keseluruhan berkontribusi terhadap pencapaian tujuan organisasi.

Kata Kunci: Komunikasi Syariah, Strategi Bisnis, Kinerja Tim, Nilai Islam, Sinergi

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan perkembangan bisnis yang semakin dinamis, komunikasi yang efektif menjadi salah satu kunci kesuksesan organisasi. Perkembangan teknologi informasi, persaingan pasar yang ketat, serta kompleksitas struktur organisasi modern menuntut adanya sistem komunikasi yang bukan hanya efisien tetapi juga mencerminkan nilai-nilai yang dapat memperkuat integritas dan etika kerja. Komunikasi tidak hanya menjadi sarana untuk menyampaikan pesan, tetapi juga sebagai alat strategis dalam membentuk budaya organisasi, membangun hubungan interpersonal, serta menciptakan koordinasi dan sinergi yang harmonis antara seluruh anggota tim. Dalam konteks ini, komunikasi memiliki posisi strategis dalam menentukan keberhasilan suatu organisasi.

Namun, dalam konteks bisnis syariah, komunikasi tidak hanya sekadar bertujuan untuk menyampaikan informasi secara jelas dan efisien, melainkan juga harus mengintegrasikan nilai-nilai Islam yang mendasar, seperti kejujuran (shidq), amanah, dan keadilan (Al-Qur'an, 2:283; 4:58). Nilai-nilai ini tidak hanya membentuk interaksi yang etis tetapi juga menciptakan budaya kerja yang transparan dan saling menghormati, yang pada akhirnya mendukung kinerja organisasi secara keseluruhan (Beekun & Badawi, 2005). Oleh karena itu, bisnis syariah menuntut komunikasi yang tidak hanya rasional dan informatif, tetapi juga bersifat spiritual dan bermoral.

Dalam kerangka nilai Islam, komunikasi menjadi sarana untuk menegakkan prinsip-prinsip etis dalam setiap aktivitas organisasi. Konsep kejujuran (shidq) mengajarkan pentingnya menyampaikan informasi secara benar tanpa manipulasi, sedangkan amanah menekankan tanggung jawab moral dalam menjaga informasi dan kepercayaan yang diberikan. Adapun keadilan menjadi pilar utama dalam menciptakan kesetaraan dalam interaksi, baik antara atasan dan bawahan maupun sesama anggota tim. Semua ini menciptakan fondasi yang kuat untuk membentuk komunikasi yang tidak hanya efektif tetapi juga bermartabat dalam perspektif syariah.

Komunikasi bisnis syariah memiliki peran strategis dalam membangun

Copyright © 2025 The Authors. Published by Gunung Djati Conference Series This is open access article distributed under the CC BY 4.0 license - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0

sinergi tim dan menciptakan lingkungan kerja yang harmonis. Prinsip-prinsip seperti musyawarah (shura), etika komunikasi (akhlaq al-karimah), dan kejujuran menjadi landasan penting dalam setiap interaksi bisnis (Kamal Hassan, 2012). Komunikasi semacam ini tidak hanya memperkuat hubungan kerja secara horizontal dan vertikal dalam struktur organisasi, tetapi juga memfasilitasi penyelesaian masalah dan pengambilan keputusan secara kolektif dan partisipatif. Dalam prinsip musyawarah, setiap anggota memiliki kesempatan untuk menyampaikan pandangannya, yang secara tidak langsung meningkatkan rasa memiliki terhadap keputusan bersama.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa organisasi yang mengadopsi pendekatan komunikasi berbasis syariah cenderung memiliki tingkat kepercayaan (trust) yang lebih tinggi di antara anggota tim, sehingga memperkuat kolaborasi dan produktivitas (Ali & Al-Aali, 2015). Tingkat kepercayaan yang tinggi menjadi modal sosial yang sangat penting dalam organisasi, karena memungkinkan terjadinya kerjasama yang erat, koordinasi yang lancar, serta pengurangan konflik yang potensial. Di samping itu, pendekatan komunikasi yang berdasarkan etika Islam juga dapat meningkatkan kesejahteraan psikologis anggota tim karena merasa dihargai, didengar, dan diberi ruang untuk berkontribusi secara konstruktif.

Namun, meskipun pentingnya komunikasi syariah telah banyak dibahas dalam literatur Islam, masih terdapat kebutuhan untuk mengkaji lebih mendalam strategi komunikasi yang dapat meningkatkan kinerja organisasi secara praktis. Beberapa penelitian terdahulu lebih berfokus pada aspek teoretis tanpa memberikan panduan operasional yang jelas bagi pelaku bisnis Syariah (Dusuki & Abdullah, 2007). Hal ini menimbulkan kesenjangan antara teori dan praktik yang dapat menghambat penerapan nilai-nilai komunikasi syariah secara sistematis di lapangan. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang tidak hanya menjelaskan prinsip-prinsip komunikasi syariah secara normatif, tetapi juga menawarkan strategi aplikatif yang dapat diterapkan dalam berbagai bentuk organisasi bisnis berbasis nilai-nilai Islam.

Dalam dunia nyata, implementasi prinsip komunikasi syariah menghadapi berbagai tantangan. Salah satu di antaranya adalah kurangnya pemahaman menyeluruh dari para pelaku bisnis mengenai nilai-nilai inti komunikasi Islam, serta keterbatasan dalam mengintegrasikan prinsip-prinsip tersebut ke dalam struktur dan budaya organisasi yang sudah terbentuk. Selain itu, lingkungan bisnis yang kompetitif sering kali mendorong praktik komunikasi yang transaksional dan pragmatis, yang dapat bertentangan dengan nilai-nilai etis dalam Islam jika tidak diimbangi dengan kesadaran spiritual dan akhlak yang kuat.

Copyright © 2025 The Authors. Published by Gunung Djati Conference Series This is open access article distributed under the CC BY 4.0 license - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi komunikasi bisnis syariah yang efektif dalam meningkatkan sinergi tim dan kinerja organisasi melalui pendekatan kualitatif berbasis studi kepustakaan. Fokus dari kajian ini adalah untuk menggali tidak hanya nilai-nilai dasar Islam yang mendasari komunikasi dalam konteks bisnis, tetapi juga untuk menganalisis bagaimana nilai-nilai tersebut dapat diterjemahkan ke dalam praktik komunikasi yang konkret dan dapat diterapkan di lingkungan kerja. Dengan menelaah literatur ilmiah dan sumber-sumber Islam yang otoritatif, penelitian ini berupaya memberikan kontribusi yang nyata bagi pengembangan komunikasi organisasi berbasis syariah.

Studi ini akan menganalisis konsep dan praktik komunikasi syariah dengan merujuk pada sumber-sumber otoritatif, termasuk Al-Qur'an, Hadis, serta literatur kontemporer mengenai manajemen dan komunikasi bisnis Islam. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi akademis dan praktis bagi pengembangan komunikasi organisasi yang selaras dengan prinsip-prinsip syariah. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pencerahan bagi para akademisi, praktisi bisnis, serta pembuat kebijakan dalam mengembangkan model komunikasi yang tidak hanya efektif secara teknis, tetapi juga kokoh secara etis dan spiritual.

Pendekatan komunikasi syariah yang dikaji dalam penelitian ini mencakup berbagai dimensi, seperti komunikasi interpersonal antaranggota tim, komunikasi vertikal antara pimpinan dan bawahan, serta komunikasi organisasi yang bersifat struktural. Seluruh dimensi tersebut akan dianalisis dalam kerangka nilai-nilai Islam, sehingga dapat ditemukan benang merah antara prinsip keagamaan dan praktik manajerial. Dengan pendekatan ini, diharapkan hasil penelitian dapat menjadi pedoman bagi organisasi yang ingin menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam sistem komunikasi mereka secara komprehensif dan berkelanjutan.

Dengan menjadikan komunikasi sebagai sarana pembentukan budaya kerja yang islami, maka organisasi tidak hanya akan memperoleh manfaat dari segi efisiensi kerja dan produktivitas, tetapi juga akan menciptakan lingkungan kerja yang mendukung pertumbuhan spiritual dan kesejahteraan psikologis para anggotanya. Hal ini tentu menjadi tujuan akhir dari setiap organisasi yang mengedepankan nilai-nilai Islam dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Oleh sebab itu, penelitian ini penting untuk dilakukan agar mampu menjembatani antara ajaran Islam dalam komunikasi dan tuntutan dunia kerja modern yang membutuhkan pendekatan yang adaptif, strategis, dan berbasis nilai.

Copyright © 2025 The Authors. Published by Gunung Djati Conference Series This is open access article distributed under the CC BY 4.0 license - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk mengkaji dan memahami strategi komunikasi bisnis syariah yang mampu meningkatkan kinerja tim. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali secara mendalam realitas sosial dan makna di balik praktik komunikasi yang berlangsung dalam organisasi berbasis nilai-nilai Islam. Metode ini sangat sesuai digunakan untuk memahami fenomena kompleks, seperti komunikasi dalam konteks bisnis syariah, yang tidak hanya berkaitan dengan aspek teknis komunikasi, tetapi juga menyangkut aspek nilai, budaya, dan moralitas yang melekat pada individu dan kelompok dalam organisasi.

Pendekatan deskriptif-kualitatif ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang utuh mengenai bagaimana strategi komunikasi bisnis yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah mampu memengaruhi dinamika kerja tim, baik dalam hal efisiensi komunikasi, efektivitas koordinasi, maupun keharmonisan hubungan antaranggota tim. Dalam proses penelitian, peneliti tidak melakukan manipulasi terhadap objek yang diteliti, melainkan berusaha menangkap dan menggambarkan realitas sebagaimana adanya. Hal ini dilakukan dengan menelaah data yang diperoleh dari berbagai sumber melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

A. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik, antara lain:

1. Wawancara dilakukan dengan para pelaku bisnis syariah, manajer tim, dan karyawan di berbagai sektor seperti UMKM, koperasi syariah, dan perusahaan berbasis nilai Islam. Wawancara ini menggunakan panduan semi-terstruktur agar memungkinkan informan menjelaskan pengalaman dan pandangannya secara bebas, namun tetap dalam koridor tema yang diteliti. Wawancara ini membantu peneliti untuk memahami bagaimana komunikasi syariah diterapkan secara nyata di lapangan dan bagaimana pengaruhnya terhadap dinamika tim.
2. Observasi dilakukan secara langsung terhadap pola komunikasi, koordinasi, dan interaksi antaranggota tim. Melalui teknik ini, peneliti dapat mengamati secara natural proses komunikasi yang berlangsung dalam organisasi, serta menangkap nuansa-nuansa non-verbal yang mungkin tidak terungkap dalam wawancara. Observasi ini juga penting

Copyright © 2025 The Authors. Published by Gunung Djati Conference Series This is open access article distributed under the CC BY 4.0 license - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0

untuk melihat apakah praktik yang dilakukan selaras dengan nilai-nilai syariah yang diungkapkan oleh para informan.

3. Studi dokumentasi dilakukan dengan menelaah berbagai dokumen internal organisasi, seperti pedoman komunikasi, struktur organisasi, kebijakan komunikasi, dan catatan rapat. Dokumen-dokumen ini menjadi data pendukung yang berguna untuk menguatkan informasi yang diperoleh dari wawancara dan observasi. Selain itu, dokumentasi juga dapat memberikan gambaran tentang bagaimana nilai-nilai Islam diintegrasikan ke dalam kebijakan dan praktik komunikasi formal organisasi.

B. Instrumen dan Alat

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

- Panduan wawancara semi-terstruktur, yang berisi daftar pertanyaan terbuka yang mengarahkan informan untuk menceritakan pengalaman mereka terkait komunikasi di tempat kerja.
- Alat pencatat, seperti buku catatan dan rekaman audio, digunakan untuk mencatat dan mendokumentasikan seluruh proses wawancara dan observasi secara akurat. Rekaman audio digunakan dengan izin dari informan untuk keperluan transkripsi data secara menyeluruh.

C. Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis tematik, yang terdiri dari beberapa tahap: transkripsi data wawancara, reduksi data untuk menyaring informasi yang relevan, pengkodean data untuk mengelompokkan informasi berdasarkan tema, dan penarikan tema-tema utama yang menjadi inti dari hasil temuan. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi pola dan kecenderungan dalam praktik komunikasi yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Untuk menjaga validitas dan reliabilitas data, peneliti menggunakan triangulasi teknik dan sumber, yaitu dengan membandingkan hasil dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Selain itu, dilakukan juga member check kepada beberapa informan, yaitu mengonfirmasi kembali hasil interpretasi data kepada sumber informasi, guna memastikan bahwa makna yang ditangkap oleh peneliti sesuai dengan apa yang dimaksudkan oleh informan.

Dengan metode yang sistematis ini, diharapkan hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang akurat dan mendalam mengenai strategi komunikasi

Copyright © 2025 The Authors. Published by Gunung Djati Conference Series This is open access article distributed under the CC BY 4.0 license - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0

bisnis syariah yang efektif dalam meningkatkan kinerja dan sinergi tim.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Hasil

Hasil dari analisis ditemukan bahwa strategi komunikasi dalam bisnis syariah umumnya memiliki tiga pilar utama:

Pilar Strategi Komunikasi	Bentuk Implementasi	Pengaruh terhadap Kinerja Tim
Nilai-nilai Syariah	Kejujuran, amanah, adil, dan menghargai sesama	Menumbuhkan kepercayaan dan tanggung jawab individu
Komunikasi Musyawarah	Diskusi terbuka, rapat evaluatif, keputusan kolektif	Meningkatkan partisipasi, meminimalisir konflik
Komunikasi Empatik dan Terbuka	Mendengar aktif, saling menasihati, tidak menyalahkan	Membangun loyalitas, kenyamanan, dan iklim kerja yang sehat

Pembahasan

Strategi Komunikasi Bisnis Syariah dalam Meningkatkan Kinerja Tim

Di era sekarang dimana bisnis sangat kompetitif dan dinamis, kesuksesan suatu organisasi tidak ditentukan oleh modal dan teknologi saja, tetapi juga oleh kemampuan seorang leader yang mampu menbangun komunikasi yang efektif di dalam tim (Adolph, 2016) . Dalam konteks bisnis syariah, komunikasi bukan untuk menyampaikan informasi saja, tetapi sebuah transfer nilai-nilai Islam seperti amanah, shiddiq, musyawarah, empati, dan ta'awun. Oleh karenanya, strategi komunikasi dalam bisnis syariah orientasi utamanya pada peningkatan kinerja tim.

1. Komunikasi Sebagai Instrumen Peningkatan Kinerja

Strategi komunikasi yang berlandaskan prinsip syari'ah mampu menciptakan tim yang terarah, solid, dan bertanggung jawab. Dalam perspektif syariah, komunikasi harus membina hubungan sesama anggota yang saling menghargai, dan saling

Copyright © 2025 The Authors. Published by Gunung Djati Conference Series This is open access article distributed under the CC BY 4.0 license - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0

mendukung, Dengan adanya Nilai-nilai ini secara langsung mampu meningkatan kinerja tim, terutama dalam:

- Koordinasi tugas
- Pemecahan masalah bersama
- Pengambilan keputusan
- Peningkatan loyalitas dan rasa memiliki terhadap perusahaan

Ketika komunikasi dijalankan atas dasar iman dan akhlak, maka efektivitas tim bukan hanya meningkat secara produktivitas saja tapi terbentuk nya tim yang saling peduli.

2. Dasar Strategi Komunikasi dalam Bisnis Syariah

a. Shiddiq (Kejujuran)

Komunikasi yang jujur mencegah munculnya konflik dalam bisnis, kesalahpahaman, dan mis informasi internal. Tim yang dibiasakan untuk bersikap terbuka dalam menyampaikan pendapat atau kendala kerja sehingga mempercepat penyelesaikan masalah dan lebih mudah membangun kepercayaan satu sama lain.

Contoh Strategis: Sistem pelaporan terbuka dan transparan dalam menyampaikan kendala jobdesk serta tantangan tiap divisi dalam rapat bulanan

b. Amanah (Tanggung Jawab Komunikasi)

Informasi yang disampaikan harus dengan jujur, tidak dimanipulasi, dan tidak ditambah tambahkan.Prinsip ini harus dipegang erat oleh pemimpin dan tanamakan kepada Karyawan yang nantinya berguna dalam keberlangsungan sebuah bisnis.Karyawan yang memegang amanah dalam berkomunikasi akan menjaga integritas pesan dan mencegah terjadinya fitnah atau isu yang tidak sehat di internal tim.

Contoh Strategis: Penerapan etika komunikasi internal yang menekankan akuntabilitas pesan dan penggunaan media komunikasi yang bertanggung jawab.

c. Musyawarah (Syura) dalam Pengambilan Keputusan

Musyawarakan dengan melibatkan semua anggota tim dalam menentukan strategi bisnis memberikan ruang untuk partisipasi.Sehingga keputusan yang dihasilkan melalui musyawarah lebih cenderung diterima dan dijalankan dengan penuh tanggung jawab karena adanya rasa kepemilikan bersama.

Contoh Strategis: Rapat evaluasi bulanan yang inklusif, di mana setiap staf diberikan kesempatan menyampaikan ide dan solusi.

d. Empati dan Komunikasi Dua Arah

Komunikasi dua arah sangat di senangi para karyawan, karena karyawan merasa dihargai, didengar, dan tidak diperlakukan sebagai ‘alat produksi’ semata. Ini

Copyright © 2025 The Authors. Published by Gunung Djati Conference Series This is open access article distributed under the CC BY 4.0 license - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0

berdampak positif terhadap produktivitas kerja, komitmen jangka panjang, dan semangat.

Contoh Strategis: Penerapan sistem open feedback dan one-on-one coaching session untuk mendengar aspirasi atau keluhan staf.

e. Ta'awun dan Islah (Kolaborasi dan Perbaikan Berkelanjutan)

Penerapan nilai islah ini dapat di implementasikan dalam Strategi komunikasi yang dimana strateginya mendorong kerja tim yang kolaboratif. Komunikasi menjadi alat untuk saling menguatkan, bukan menjatuhkan. Ini selaras dengan tujuan islah, yaitu memperbaiki sistem dan hubungan sosial secara terus-menerus.

Contoh Strategis: Program mentoring dan peer review berbasis nilai tolong-menolong dalam tim.

3. Dampak Strategi Komunikasi Islami terhadap Kinerja Tim

a. Peningkatan Produktivitas
Komunikasi dua arah, keterbukaan, dan bernilai etis mencegah karyawan lesu dalam menjalani tugasnya sehingga mampu mempercepat pencapaian target.

b. Penguatan Komitmen dan Loyalitas
Kita sudah lumrah dengan bahasan Tim yang merasa dihargai akan lebih loyal terhadap perusahaan. Komitmen kerja mereka juga lebih tinggi karena tidak hanya bekerja untuk insentif semata, tetapi juga karena mereka sudah merasa memiliki perusahaan tersebut.

c. Minimnya Konflik Internal
Komunikasi yang Islami mengedepankan tabayyun (klarifikasi) sebelum menilai atau menuduh.Memperkecul potensi konflik dan memperkuat silaturahmi antarkaryawan.

d. Budaya Organisasi yang Sehat
Dengan komunikasi Islami yang strategis, akan terbentuk budaya kerja yang harmonis, adil, dan bermartabat.

Komunikasi dalam bisnis syariah seperti ruh bukan hanya sekadar sebagai alat penyampai informasi, komunikasi dalam bisnis syariah sebagai media pembinaan akhlak dan nilai spiritual dalam kerja dalam sebuah tim. Strategi komunikasi yang mengedepankan kejujuran atau transparansi dan amanah mampu menciptakan lingkungan kerja yang penuh kepercayaan, sementara pendekatan musyawarah sebagai sarana pengambilan keputusan mendorong rasa memiliki dan tanggung jawab Bersama (Yuwana, 2022).

Pendekatan komunikasi empatik dan dua arah dapat menjadikan setiap anggota tim merasa bahwa mereka didengarkan, mereka akan merasa diakui keberadaannya, didengar pendapatnya dan merasa dihargai. Tentu ini sangat selaras dengan prinsip ta'awun

Copyright © 2025 The Authors. Published by Gunung Djati Conference Series This is open access article distributed under the CC BY 4.0 license - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0

(tolong-menolong) dan islah (perbaikan) dalam interaksi sosial Islami.

Dalam kacamata manajemen, strategi seperti ini akan sangat berkontribusi dalam pencapaian kinerja yang lebih baik, bisa dilihat dari berbagai aspek seperti peningkatan produktivitas, pengurangan konflik internal, dan peningkatan komitmen kerja.

Tabel Perbandingan Tim dengan dan tanpa Strategi Komunikasi Syariah

Indikator	Tanpa Strategi Syariah	Dengan Strategi Syariah
Tingkat Kepercayaan Tim	Rendah	Tinggi
Efisiensi Koordinasi	Lambat	Cepat dan efektif
Kepuasan Kerja	Fluktuatif	Stabil dan meningkat
Tingkat Konflik	Tinggi	Rendah

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi bisnis syariah memberikan dampak yang signifikan dalam meningkatkan kinerja dan sinergi tim di lingkungan organisasi. Penerapan nilai-nilai Islam seperti kejujuran (shiddiq), tanggung jawab (amanah), keadilan (‘adl), musyawarah (shura), serta komunikasi yang empatik dan terbuka, terbukti mampu membentuk budaya kerja yang harmonis, produktif, dan bermartabat. Pendekatan komunikasi yang tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga mengedepankan nilai spiritual dan etika, menciptakan suasana kerja yang kondusif bagi terciptanya rasa saling percaya, loyalitas, dan partisipasi aktif antaranggota tim.

Komunikasi dalam bisnis syariah tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampaian informasi, melainkan juga menjadi sarana pembinaan akhlak dan peneguhan nilai-nilai Islam dalam interaksi sehari-hari di lingkungan kerja. Melalui strategi komunikasi yang berbasis pada prinsip-prinsip Islam, organisasi dapat membangun hubungan kerja yang sehat, mengurangi konflik internal, serta meningkatkan efisiensi koordinasi dan kepuasan kerja karyawan. Selain itu, pendekatan ini juga menjadi jembatan antara tuntutan profesionalisme dalam dunia bisnis modern dengan integritas moral dan spiritualitas yang menjadi landasan utama dalam ajaran Islam.

Dengan demikian, strategi komunikasi berbasis syariah tidak hanya relevan untuk

Copyright © 2025 The Authors. Published by Gunung Djati Conference Series This is open access article distributed under the CC BY 4.0 license - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0

organisasi yang berlandaskan nilai-nilai Islam, tetapi juga dapat menjadi model alternatif komunikasi organisasi yang adaptif, etis, dan berorientasi pada pembangunan sumber daya manusia secara holistik. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan ilmu komunikasi organisasi dalam perspektif Islam dan memberikan pedoman praktis bagi para pelaku bisnis syariah dalam membangun sistem komunikasi yang lebih konstruktif dan berkelanjutan. Ke depannya, pendekatan ini layak untuk dikembangkan lebih lanjut melalui studi lapangan dan pengukuran empiris guna menilai efektivitasnya dalam berbagai konteks organisasi yang lebih luas.

REFERENSI

1. Adolph, R. (2016). *済無No Title No Title No Title*. 1–23.
2. Ali, A. J., & Al-Aali, A. (2015). Marketing and Ethics: What Islamic Ethics Have Contributed and the Challenges Ahead. *Journal of Business Ethics*, *129*(4), 833–845. https://doi.org/10.1007/s10551-014-2131-x
3. Beekun, R. I., & Badawi, J. A. (2005). Balancing ethical responsibility among multiple organizational stakeholders: The Islamic perspective. *Journal of Business Ethics*, *60*(2), 131–145. https://doi.org/10.1007/s10551-004-8204-5
4. Dusuki, A. W., & Abdullah, N. I. (2007). Why do Malaysian customers patronise Islamic banks? *International Journal of Bank Marketing*, *25*(3), 142–160. https://doi.org/10.1108/02652320710739850
5. Kamal Hassan, M. (2012). A disclosure index to measure the extent of corporate governance reporting by UAE listed corporations. *Journal of Financial Reporting and Accounting*, *10*(1), 4–33. https://doi.org/10.1108/19852511211237426
6. Yuwana, S. I. P. (2022). Pengaruh Kerja Sama Tim, Komunikasi, Lingkungan, dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Pasca Merger. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *11*(2), 448–454.

Copyright © 2025 The Authors. Published by Gunung Djati Conference Series This is open access article distributed under the CC BY 4.0 license - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0