

---

## **PENERAPAN KOMUNIKASI BISNIS SYARIAH SEBAGAI STRATEGI ADAPTIF DALAM MEMBANGUN RESILIENSI EKONOMI UMAT MENGHADAPI VOLATILITAS PASAR GLOBAL**

**<sup>1</sup>Sovia Fatimah Az-Zahra**

<sup>1</sup>*UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia*

Email: [soviafazhh@gmail.com](mailto:soviafazhh@gmail.com)

### *Abstract*

This study examines the implementation of Islamic business communication in building economic resilience among Muslim communities facing global market volatility. Using qualitative descriptive methodology with literature review approach, this research analyzes how sharia-compliant communication principles can enhance business stability during economic uncertainty. The findings reveal that Islamic business communication, grounded in principles of amanah (trustworthiness), transparency, and mutual benefit (maslaha), provides robust frameworks for maintaining sustainable business relationships. Companies implementing sharia-based communication strategies demonstrate superior adaptability and stakeholder trust compared to conventional approaches. This research contributes to understanding how Islamic business principles serve as effective tools for economic stability in volatile market conditions

**Keywords:** Shariah-Compliant Business Practices, Consumer Trust, Market Growth, Islamic Financial Institutions, Ethical Business Practices.

### **Abstrak**

Penelitian ini mengkaji penerapan komunikasi bisnis Islam dalam membangun ketahanan ekonomi di antara masyarakat Muslim yang menghadapi volatilitas pasar global. Dengan menggunakan metodologi deskriptif kualitatif dengan pendekatan tinjauan pustaka, Penelitian ini menganalisis bagaimana prinsip-prinsip komunikasi yang sesuai dengan syariah dapat meningkatkan stabilitas bisnis selama ketidakpastian ekonomi. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa komunikasi bisnis Islam, yang didasarkan pada prinsip-prinsip amanah (kepercayaan), transparansi, dan saling menguntungkan (maslaha), menyediakan kerangka kerja yang kuat untuk menjaga hubungan bisnis yang berkelanjutan. Perusahaan yang menerapkan strategi komunikasi berbasis syariah menunjukkan kemampuan beradaptasi dan kepercayaan pemangku kepentingan yang lebih unggul dibandingkan dengan pendekatan konvensional. Penelitian ini berkontribusi untuk memahami bagaimana prinsip-prinsip bisnis Islam berfungsi sebagai alat yang efektif untuk stabilitas ekonomi dalam kondisi pasar yang tidak stabil.

**Kata Kunci:** Praktik Bisnis yang Sesuai Syariah, Kepercayaan Konsumen, Pertumbuhan Pasar, Lembaga Keuangan Islam, Praktik Bisnis yang Etis

### **.PENDAHULUAN**

Volatilitas pasar global yang semakin tinggi dalam dekade terakhir telah menciptakan tantangan signifikan bagi pelaku ekonomi di seluruh dunia. Krisis finansial 2008, pandemi COVID-19, inflasi global, dan ketegangan geopolitik telah membuktikan bahwa stabilitas ekonomi konvensional rentan terhadap guncangan eksternal. Dalam konteks ini, ekonomi Islam dengan prinsip-prinsip syariahnya menawarkan alternatif yang menjanjikan untuk membangun

resiliensi ekonomi yang berkelanjutan.

Komunikasi bisnis syariah, sebagai salah satu pilar fundamental dalam ekonomi Islam, memiliki peran strategis dalam membangun ketahanan ekonomi umat. Prinsip-prinsip seperti kejujuran (sidq), amanah (trustworthiness), dan keadilan (adl) yang menjadi landasan komunikasi bisnis syariah terbukti mampu menciptakan stabilitas hubungan bisnis bahkan dalam kondisi ketidakpastian ekonomi yang tinggi.

Data empiris dari IFSB (Islamic Financial Services Board) menunjukkan bahwa sektor keuangan syariah global mencapai \$3.38 triliun pada tahun 2024, dengan pertumbuhan tahunan sebesar 4% dibanding tahun sebelumnya. Fenomena ini mengindikasikan bahwa prinsip-prinsip syariah dalam komunikasi bisnis memiliki daya tahan dalam menghadapi volatilitas pasar.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana penerapan komunikasi bisnis syariah dapat memperkuat resiliensi ekonomi umat dalam menghadapi volatilitas pasar global. Rumusan masalah yang akan dijawab adalah:

- (1) Bagaimana prinsip komunikasi bisnis syariah dapat diterapkan untuk menghadapi volatilitas pasar global?
- (2) Sejauh mana efektivitas komunikasi bisnis syariah dalam membangun resiliensi ekonomi?
- (3) Apa strategi adaptasi komunikasi bisnis syariah yang paling efektif dalam kondisi pasar yang volatil?

## **METODOLOGI**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi pustaka (library research). Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk mengeksplorasi konsep-konsep teoritis dan menganalisis fenomena komunikasi bisnis syariah dalam konteks ekonomi global yang kompleks.

Data primer diperoleh melalui analisis mendalam terhadap literatur akademik yang relevan, meliputi buku-buku teks ekonomi Islam, jurnal ilmiah terakreditasi, dan publikasi institusi keuangan syariah internasional. Data sekunder dikumpulkan dari laporan tahunan organisasi ekonomi Islam, statistik industri keuangan syariah, dan publikasi media ekonomi yang kredibel.

Teknik analisis data menggunakan content analysis dengan pendekatan thematic analysis untuk mengidentifikasi pola-pola dan tema-tema yang muncul dari literatur yang dikaji. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber dari berbagai perspektif akademik dan praktis..

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Konsep Komunikasi Bisnis Syariah**

Komunikasi bisnis syariah merupakan sistem komunikasi yang didasarkan pada nilai-nilai dan prinsip-prinsip Islam (Antonio, 2001). Dalam konteks ini, komunikasi tidak hanya dipandang sebagai transfer informasi, tetapi juga sebagai manifestasi dari akhlak mulia dalam berinteraksi bisnis. (Ayub, 2007) menekankan bahwa komunikasi bisnis syariah harus memenuhi empat kriteria utama: kejujuran (sidq), amanah (trustworthiness), transparansi, dan orientasi pada kemaslahatan bersama.

Prinsip amanah dalam komunikasi bisnis syariah mengharuskan setiap pelaku usaha untuk menyampaikan informasi secara akurat dan dapat dipertanggungjawabkan. Hal ini berbeda dengan komunikasi bisnis konvensional yang seringkali memprioritaskan keuntungan maksimal tanpa mempertimbangkan dampak jangka panjang terhadap stakeholder (Beekun, 1997). Transparansi dalam komunikasi bisnis syariah juga mencakup pengungkapan risiko dan ketidakpastian secara terbuka, sehingga semua pihak dapat membuat keputusan yang informed

### **Resiliensi Ekonomi dalam Perspektif Islam**

Konsep resiliensi ekonomi Islam tidak hanya berfokus pada aspek finansial, tetapi juga mencakup dimensi social, moral dan spiritual. (Chapra, 2000) menjelaskan bahwa resiliensi ekonomi Islam dibangun atas fondasi yang kuat melalui diversifikasi risiko, distribusi kekayaan yang adil, dan stabilitas sistem keuangan yang bebas dari unsur riba dan spekulasi berlebihan.

Sistem ekonomi Islam memiliki built-in stabilizers yang dapat meredam dampak volatilitas pasar melalui mekanisme zakat, wakaf, dan larangan terhadap transaksi yang mengandung gharar (excessive uncertainty). (Iqbal & Mirakhor, 2011) dalam studinya menunjukkan bahwa institusi keuangan syariah menunjukkan resiliensi yang lebih tinggi selama krisis finansial global 2008, dengan tingkat Non-Performing Financing (NPF) yang lebih rendah dibandingkan bank konvensional.

### **Volatilitas Pasar Global dan Dampaknya**

Volatilitas pasar global telah menjadi karakteristik utama ekonomi modern. (Krugman, 2009) mengidentifikasi bahwa volatilitas ini disebabkan oleh berbagai faktor termasuk spekulasi finansial, ketidakseimbangan global, dan kebijakan moneter yang tidak terkoordinasi. Dampak volatilitas ini tidak hanya dirasakan oleh negara-negara maju, tetapi juga merambat ke emerging markets termasuk negara-negara dengan mayoritas Muslim.

Dalam konteks ekonomi Islam, volatilitas pasar dipandang sebagai ujian terhadap ketahanan sistem ekonomi yang dibangun. (Antonio, 2001) menegaskan bahwa prinsip-prinsip syariah dalam komunikasi bisnis dapat menjadi buffer terhadap volatilitas melalui penciptaan kepercayaan jangka panjang dan hubungan bisnis yang stabil.

### **Strategi Adaptasi dalam Komunikasi Bisnis**

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>

Adaptasi dalam komunikasi bisnis syariah melibatkan kemampuan untuk menyesuaikan strategi komunikasi dengan perubahan kondisi pasar tanpa mengorbankan prinsip-prinsip dasar syariah. (Suharto, 2018) mengidentifikasi bahwa perusahaan syariah yang sukses adalah yang mampu mengintegrasikan teknologi modern dengan nilai-nilai tradisional Islam dalam strategi komunikasi mereka.

Penelitian (Widodo, 2019) menunjukkan bahwa implementasi komunikasi bisnis syariah yang efektif memerlukan pemahaman mendalam tentang konteks lokal dan global, serta kemampuan untuk mengkomunikasikan nilai-nilai Islam dengan bahasa yang dapat dipahami oleh berbagai stakeholder.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Implementasi Prinsip Komunikasi Bisnis Syariah**

Hasil analisis menunjukkan bahwa implementasi komunikasi bisnis syariah dalam menghadapi volatilitas pasar dapat dikategorikan menjadi beberapa strategi utama:

**Pertama, Transparansi Proaktif (Proactive Transparency).** Berbeda dengan transparansi reaktif yang umum dalam bisnis konvensional, komunikasi bisnis syariah mengharuskan transparansi proaktif dalam menyampaikan informasi kepada stakeholder. Prinsip ini memungkinkan semua pihak untuk memahami risiko dan peluang secara komprehensif, sehingga dapat membuat keputusan yang lebih baik dalam kondisi pasar yang volatil.

**Kedua, Komunikasi Berbasis Nilai (Value-Based Communication).** Komunikasi bisnis syariah tidak hanya menyampaikan informasi teknis, tetapi juga mengkomunikasikan nilai-nilai dan prinsip-prinsip yang menjadi landasan operasional perusahaan. Pendekatan ini menciptakan diferensiasi yang kuat dan membangun loyalitas stakeholder yang lebih tahan terhadap volatilitas pasar.

**Ketiga, Kolaborasi Strategis (Strategic Collaboration).** Prinsip musyarakah (partnership) dalam Islam diadaptasi menjadi strategi komunikasi yang menekankan kemitraan jangka panjang dengan berbagai stakeholder. Hal ini menciptakan network yang solid yang dapat saling mendukung selama periode volatilitas.

### **Efektivitas dalam Membangun Resiliensi Ekonomi**

Analisis terhadap praktik komunikasi bisnis syariah menunjukkan beberapa indikator efektivitas dalam membangun resiliensi ekonomi:

**Stabilitas Hubungan Stakeholder.** Perusahaan yang menerapkan komunikasi bisnis syariah menunjukkan tingkat retensi stakeholder yang lebih tinggi selama periode volatilitas pasar.

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>

Prinsip amanah dan kejujuran menciptakan kepercayaan yang mendalam, sehingga stakeholder cenderung mempertahankan hubungan bisnis bahkan dalam kondisi yang challenging.

**Adaptabilitas Operasional.** Komunikasi yang didasarkan pada prinsip maslaha (public interest) memungkinkan perusahaan untuk lebih fleksibel dalam menyesuaikan operasi dengan perubahan kondisi pasar. Stakeholder lebih mudah menerima perubahan karena memahami bahwa keputusan diambil berdasarkan pertimbangan kemaslahatan bersama.

**Legitimasi Sosial.** Implementasi komunikasi bisnis syariah meningkatkan legitimasi sosial perusahaan di mata masyarakat. Hal ini memberikan buffer terhadap volatilitas pasar karena dukungan sosial yang kuat dapat mengkompensasi tekanan pasar jangka pendek.

### **Strategi Adaptasi yang Efektif**

Berdasarkan analisis best practices, strategi adaptasi komunikasi bisnis syariah yang paling efektif dalam menghadapi volatilitas pasar meliputi:

**Digital Integration dengan Nilai Syariah.** Pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi dan jangkauan komunikasi, sambil memastikan bahwa setiap platform dan konten tetap sesuai dengan nilai-nilai syariah. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk responsif terhadap perubahan pasar tanpa mengorbankan integritas moral.

**Crisis Communication Framework Syariah.** Pengembangan kerangka komunikasi krisis yang didasarkan pada prinsip-prinsip Islam, termasuk pengakuan kesalahan dengan tawadhu (humility), komitmen perbaikan, dan transparansi dalam proses recovery. Framework ini terbukti efektif dalam mempertahankan kepercayaan stakeholder selama periode krisis.

**Stakeholder Engagement Holistik.** Implementasi prinsip syura (consultation) dalam proses pengambilan keputusan strategis, yang melibatkan stakeholder dalam diskusi dan konsultasi. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan kualitas keputusan, tetapi juga membangun sense of ownership yang kuat di antara stakeholder.

### **Tantangan dan Peluang**

Implementasi komunikasi bisnis syariah dalam konteks global tidak lepas dari berbagai tantangan. Perbedaan interpretasi syariah antar negara dan budaya dapat menciptakan kompleksitas dalam standarisasi praktik komunikasi. Namun, tantangan ini sekaligus membuka peluang untuk pengembangan framework komunikasi bisnis syariah yang lebih adaptif dan kontekstual.

Peluang terbesar terletak pada meningkatnya awareness global terhadap sustainable business practices dan ethical business conduct. Prinsip-prinsip komunikasi bisnis syariah yang menekankan transparansi, keadilan, dan keberlanjutan sejalan dengan tren global ini, sehingga

memiliki potensi pasar yang besar di masa depan.

## KESIMPULAN

Penerapan komunikasi bisnis syariah terbukti efektif dalam membangun resiliensi ekonomi umat menghadapi volatilitas pasar global. Prinsip-prinsip fundamental komunikasi bisnis syariah seperti transparansi, amanah, dan orientasi pada maslaha memberikan fondasi yang kuat untuk mempertahankan stabilitas bisnis dalam kondisi ketidakpastian ekonomi.

Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi bisnis syariah tidak hanya memberikan keunggulan kompetitif melalui diferensiasi nilai, tetapi juga menciptakan sustainable competitive advantage melalui pembangunan kepercayaan jangka panjang dengan stakeholder. Hal ini menjadikan komunikasi bisnis syariah sebagai strategic asset yang valuable dalam ekonomi global yang semakin volatil.

Efektivitas komunikasi bisnis syariah dalam membangun resiliensi ekonomi terletak pada kemampuannya untuk mengintegrasikan aspek spiritual, moral, dan praktis dalam satu framework yang koheren. Integrasi ini menciptakan business model yang tidak hanya profitable secara ekonomi, tetapi juga sustainable secara sosial dan lingkungan.

Keterbatasan penelitian ini terletak pada pendekatan yang masih bersifat konseptual dan teoritis. Penelitian mendatang perlu mengembangkan studi empiris dengan data kuantitatif untuk mengukur secara spesifik tingkat efektivitas komunikasi bisnis syariah dalam berbagai konteks industri dan geografis. Selain itu, perlu dikembangkan juga instrumen pengukuran yang valid dan reliabel untuk menilai implementasi komunikasi bisnis syariah dalam praktik.

## DAFTAR PUSTAKA

1. Antonio, M. S. (2001). *Bank syariah: dari teori ke praktik*. Jakarta: Gema Insani Press. Retrieved from <https://repository.unaja.ac.id/default.aspx/browse/4050188/BankSyariahDariTeoriKePraktikMuhammadSyafiiAntonio.pdf>
2. Ayub, M. (2007). *Understanding Islamic finance*. London: John Wiley & Sons. doi:10.1002/9781119209096. Retrieved from <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/book/10.1002/9781119209096>
3. Beekun, R. I. (1997). *Islamic business ethics*. Herndon, VA: International Institute of Islamic Thought. Retrieved from <https://www.iiit.org/en/catalog/view/1095/islamic-business-ethics>
4. Chapra, M. U. (2000). *The future of economics: An Islamic perspective*. Leicester: The Islamic Foundation. Retrieved from <https://www.islamic-foundation.org.uk/publications/the-future-of-economics-an-islamic-perspective/>
5. Iqbal, Z., & Mirakhor, A. (2011). *An introduction to Islamic finance: Theory and practice* (2nd ed.). Singapore: John Wiley & Sons. doi:10.1002/9781118390474. Retrieved from

<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/book/10.1002/9781118390474>

6. Krugman, P. (2009). *The return of depression economics and the crisis of 2008*. New York: W.W. Norton & Company. Retrieved from <https://wwnorton.com/books/9780393071016>
7. Suharto, U. (2018). Keuangan dan perbankan syariah: Teori dan aplikasi. *Jurnal Ekonomi Islam*, 9(1), 45-62. Retrieved from <https://www.academia.edu/search?q=Suharto+keuangan+perbankan+syariah>
8. Widodo, H. (2019). Implementasi prinsip syariah dalam komunikasi bisnis modern. *Indonesian Journal of Islamic Economics*, 11(2), 123-145. Retrieved from <https://e-journal.lp2m.uinjambi.ac.id/ojp/index.php/ijoieb/index>