

## Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Komunikasi Pemasaran di PT Kainratu Jepara

Dien Ajeng Sukmawati<sup>1</sup> & Mahmudatus Sa'diyah<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Islam Nahdlatul Ulama (UNISNU) Jepara, Indonesia

<sup>1</sup> [dienajeng6@gmail.com](mailto:dienajeng6@gmail.com), <sup>2</sup> [mahmudah@unisnu.ac.id](mailto:mahmudah@unisnu.ac.id),

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi etika bisnis Islam dan untuk mengetahui komunikasi pemasaran di PT Kainratu Jepara. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data penelitian yang terkumpul didapatkan dengan observasi wawancara dengan pemilik, karyawan, dan konsumen PT Kainratu Jepara. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi etika bisnis Islam dalam komunikasi pemasaran di PT Kainratu sudah diterapkan dengan mengedepankan prinsip ketauhidan, prinsip keseimbangan, prinsip kehendak bebas, prinsip tanggung jawab, dan prinsip ihsan. Serta keterkaitannya dengan komunikasi pemasaran juga sudah sesuai dengan prinsip pemasaran yang baik yaitu memperhatikan prinsip periklanan, penjualan personal, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung dimana pelayanannya dilakukan secara jujur dan ramah.

**Kata Kunci:** Etika Bisnis Islam, Komunikasi Pemasaran

### Abstract

*This study aims to determine the implementation of Islamic business ethics and to determine marketing communication at PT Kainratu Jepara. This research is a qualitative study with a case study approach. The research data collected were obtained through observation interviews with the owner, employees, and consumers of PT Kainratu Jepara. The results obtained from this study indicate that the implementation of Islamic business ethics in marketing communication at PT Kainratu has been implemented by prioritizing the principle of monotheism, the principle of balance, the principle of free will, the principle of responsibility, and the principle of ihsan. And its relationship with marketing communication is also in accordance with good marketing principles, namely paying attention to the principles of advertising, personal selling, sales promotion, public relations, and direct marketing where the service is carried out honestly and friendly.*

**Keywords:** Islamic Business Ethics, Marketing Communication

## A. Pendahuluan

Dunia bisnis tidak lepas kaitannya dengan etika bisnis, dalam hal ini terdapat etika-etika tertentu yang berlaku. Hubungan bisnis dan masyarakat tidak terpisahkan dalam bisnis, terdapat etika khusus untuk melakukan bisnis. Etika ini melibatkan antara rekan bisnis dengan etika bisnis kepada masyarakat yang berhubungan secara langsung maupun tidak langsung, hal tersebut bertujuan agar para pelaku bisnis dapat menghindari hal-hal yang merugikan (Ramadhany, Aravik, and Choirunnisak 2023).

Perkembangan dunia bisnis dan ekonomi telah berjalan cepat dalam dunianya sendiri, yang seringkali berjauhan dengan nilai-nilai moralitas dan agama. Sehingga dalam pelaksanaannya dipenuhi oleh praktik mal-bisnis. Oleh karena itu diperlukan adanya etika dalam berbisnis. Praktek mal-bisnis dalam pengertian ini adalah mencakup semua perbuatan bisnis yang tidak baik, membawa akibat kerugian maupun melanggar hukum. Padahal Al Qur'an sebagai sumber nilai, telah memberikan nilai dan prinsip untuk mengenali perilaku-perilaku yang bertentangan dengan nilai-nilai al-Qur'an khususnya dalam bidang bisnis (Kasim, Octaviani, and Lukman 2022).

Dilihat dari perspektif ajaran etika (akhlak) dalam Islam pada prinsipnya manusia dituntut untuk berbuat baik pada dirinya sendiri, disamping kepada sesama manusia, alam lingkungannya dan kepada Tuhan selaku pencipta-Nya. Nilai dasar dan prinsip umum etika bisnis Islam dalam perspektif dalam Islam, yaitu etika bisnis yang mengedepankan nilai-nilai al-Qur'an yang bertujuan menolak anggapan bahwa bisnis hanya merupakan aktivitas keduniaan yang terpisah dari persoalan etika dan pada sisi lain mengembangkan prinsip-prinsip etika bisnis al-Qur'an, sebagai upaya konseptualisasi sekaligus mencari landasan persoalan-persoalan praktek mal-bisnis. Pengungkapan prinsip-prinsip mal-bisnis dalam al-Qur'an, dimaksudkan untuk mendapatkan landasan (sumber) praktek mal-bisnis yang dapat dijadikan tolak ukur etis tidaknya suatu aktivitas bisnis. Oleh karena itu, nilai dasar dan prinsip umum etika bisnis Islam adalah tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab dan ihsan hari benar-benar diterapkan. (Muzizah 2023).

Ajaran Islam bukan hanya berisi tata cara beribadah kepada Allah SWT tapi juga membahas hubungan antar manusia salah satunya terkait langkah-langkah mencari rezeki yang dibenarkan syariat, termasuk saat berbisnis perlu dijadikan pedoman khusus utamanya untuk umat muslim

(Alfianto and Fikriyah 2021). Strategi komunikasi pemasaran memiliki rencana yang tersusun, sistematis, dan lengkap yang mencakup kemampuan perusahaan dalam menghadapi risiko terhadap lingkungan dan dirancang untuk mengantisipasi perbedaan informasi yang akan terjadi, sehingga produk dapat diterima oleh target pasar. Maka dari itu, strategi komunikasi pemasaran adalah penggabungan antara kebijakan dan pedoman untuk menghubungkan struktur pemasaran yang efektif, sehingga dapat mencakup masalah yang berkaitan dengan produk, harga, distribusi dan teknik promosi dengan tujuan yang efektif. (Hafid, Ketintang, and Ketintang 2023)

Apabila etika dan komunikasi diimplementasikan dalam hubungan sosial, dapat disimpulkan bahwa etika komunikasi Islam adalah tata cara berkomunikasi yang sesuai dengan nilai moral dalam menilai benar atau salah perilaku manusia dan disampaikan dengan mengandung unsur ilahiah baik dalam bentuk hubungan manusia dengan Allah SWT dan manusia dengan manusia sehingga mengarahkan manusia kepada kemaslahatan dunia dan akhirat. Oleh karena itu, Islam menekankan adanya nilai-nilai moralitas seperti persaingan yang sehat, kejujuran, keterbukaan dan keadilan. Etika bisnis Islam ini perlu diterapkan dalam semua jenis bisnis.

Di antara daerah yang memiliki banyak ciri khas bisnis/usaha adalah Kota Jepara. Jepara atau yang dikenal sebagai kota ukir, ternyata tidak hanya mempunyai ukir sebagai ciri khas dari kota yang berada di ujung pulau Jawa ini. Selain ukir khas Kabupaten Jepara pada kayu, ternyata Kabupaten Jepara mempunyai tenun khas Jepara atau dikenal sebagai tenun troso. PT Kainratu merupakan salah satu perusahaan yang ada di Desa Troso Pecangaan Jepara yang dimana perusahaan tersebut sudah memiliki toko *offline* maupun *online* yang menyediakan beragam kain tenun ikat, baju, aksesoris dan lainnya. Hampir semua produk yang dijual merupakan hasil tenunan alat tradisional. Pelanggan di PT Kainratu sendiri tidak hanya warga lokal saja tetapi juga mancanegara. Kini PT Kainratu telah membentuk perusahaan pengelola usaha berbadan hukum sebagai perusahaan skala kecil telah resmi berdiri melalui Akta Notaris yang disahkan keputusan menkumham RI nomor Pokok Wajib Pajak, Tanda Daftar Perusahaan, Surat Ijin Tempat Usaha dan Surat Ijin Usaha Perdagangan telah terpenuhi sehingga mempermudah pelanggan instansi pemerintah dan perusahaan swasta untuk mejalin kerjasama. PT Kainratu dipilih sebagai objek penelitian didasarkan pada alasan karena

PT Kainratu telah menerapkan syariat Islam seperti zakat, mengaji bersama yang dilakukan setiap hari Jumat, bersedekah di hari Jumat dan lain sebagainya.

Penelitian ini penting untuk dilakukan mengingat penerapan etika bisnis Islam dalam komunikasi pemasaran merupakan hal yang penting dalam sebuah bisnis. Penerapan etika bisnis merupakan bentuk nyata dari pelaksanaan kegiatan bisnis yang sesuai syari'at dan merupakan salah satu bentuk ibadah. Maka untuk menganalisis lebih dalam tentang bagaimana penerapan etika bisnis Islam dalam komunikasi pemasaran di PT. Kainratu Jepara penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa pentingnya penerapan etika bisnis Islam dalam komunikasi pemasaran, karena etika bisnis Islam lebih mengedepankan sikap yang adil, jujur, tanggung jawab, bebas dan transparan sehingga jauh dari penipuan.

## **B. Metode Penelitian**

Penelitian dilakukan di PT Kainratu Jepara yang berada di Jl. Mbaleg-Cemoro Kemat No. KM 1, RT02/06 Troso, Kec. Pecangaan, Kab. Jepara Jawa Tengah. Penelitian ini bersifat kualitatif dengan mengutamakan penekanan pada proses dan makna yang diuji, atau diukur dengan setepatnya dengan data yang berupa data deskriptif. Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus karena peneliti ingin lebih memahami dan mengetahui penerapan etika bisnis Islam dalam komunikasi pemasaran yang ada di PT Kainratu secara mendalam. Pengambilan data dilakukan dengan cara observasi terhadap perusahaan PT Kainratu Jepara, konsumen PT Kainratu Jepara, kemudian dilanjutkan dengan wawancara kelompok yang melibatkan beberapa responden yaitu pemilik, karyawan dan konsumen PT Kainratu Jepara, kemudian proses dokumentasi.

Data dianalisis menggunakan reduksi data pemusatan atau penyederhanaan data kasar dari catatan tertulis di lapangan, menggunakan penyajian data dengan membuat bagan untuk memudahkan hasil dari lapangan, dan menarik kesimpulan. Uji keabsahan data menggunakan teknik triangulasi sumber, yaitu pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding untuk data tersebut.

### **C. Hasil dan Pembahasan**

#### **1. Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Komunikasi Pemasaran di PT Kainratu Jepara**

Etika bisnis menjamin kegiatan bisnis dalam jangka panjang, tidak berfokus pada keuntungan jangka pendek saja. Etika bisnis akan meningkatkan kepuasan pegawai yang merupakan stakeholders yang penting untuk diperhatikan. Etika bisnis secara umum harus berdasarkan prinsip-prinsip yang baik dan benar. Prinsip katauhidan yaitu berbisnis tidak hanya urusan duniawi saja dan tidak melupakan akhirlatnya. Prinsip keadilan atau keseimbangan bahwa setiap orang dalam berbisnis diperlakukan sesuai dengan haknya masing-masing dan tidak ada yang dibeda-bedakan. Prinsip kehendak bebas memberi kebebasan kepada konsumen tanpa ada unsur paksaan. Prinsip tanggung jawab yaitu bertanggung jawab atas apa yang dilakukan baik kepada pimpinan maupun pelanggan. Prinsip ihsan kejujuran prinsip kejujuran dalam hal ini kejujuran adalah merupakan kunci keberhasilan suatu bisnis, kejujuran dalam pelaksanaan kontrol terhadap konsumen, dalam hubungan kerja dan sebagainya. Dalam berbisnis, Islam menegaskan pada prinsip-prinsip yang jelas dan tegas seperti, jujur dalam menjual produk yang halal dan bermutu, tidak menyembunyikan kecacatan barang dan apa adanya. (Hasil wawancara dengan Bapak Hamdan selaku Direktur PT Kainratu Jepara pada tanggal 5 September 2024 pukul 14.05.)

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan bahwa penerapan etika bisnis Islam ini dapat dilakukan oleh karyawan PT Kainratu yaitu saat menjual produk secara langsung maupun tidak langsung.

##### **1) Prinsip Tauhid**

Prinsip ini memiliki peran penting dalam berbisnis guna untuk mengarahkan perilaku orang beriman memadukan seluruh aspek kehidupan agar menjadi lebih teratur karena adanya batasan atau aturan dari Tuhan. Tentu ada pedoman yang dipegang teguh oleh perusahaan dimana tidak hanya mengejar keuntungan duniawinya saja tetapi juga mempertahankan keberkahan. Apalagi waktu dan pengerjaan aktivitas pengenalan produk atau jasa ke berbagai masyarakat perlu mentaati norma atau hukum syariah yang berlaku. Seperti pada penelitian terdahulu (Alfianto & Fikriyah, 2021) di PT Kainratu yang dimana sudah diterapkannya prinsip ketauhidan ini waktu jam sholat tiba karyawan juga langsung sholat. Tidak

menghalangi karyawan untuk beribadah sehingga karyawan memiliki kebebasan untuk menjalankan kewajiban dan setiap hari jumat ada ngaji bersma. Tidak lupa zakat dan shodaqoh. (Hasil wawancara dengan Bapak Hamdan selaku Direktur PT Kainratu Jepara pada tanggal 5 September 2024 pukul 14.05)

## 2) Prinsip Keseimbangan atau Keadilan

Prinsip keseimbangan menekankan perlunya bertindak adil dan tidak membeda-bedakan individu. Menerapkan keadilan dalam penghasilan gaji karyawan, selain gaji tetap ada juga tunjangan atau bonus jadi yang kinerjanya bagus beda dengan kinerjanya yang kurang bagus, meskipun bedanya tidak signifikan memang ada perbedaan, jadi disesuaikan dengan kinerjanya masing-masing. (Hasil wawancara dengan Bapak Hamdan selaku Direktur PT Kainratu Jepara pada tanggal 5 September 2024 pukul 14.05.)

Hal tersebut juga diperkuat pada penelitian terdahulu (Wati & Arif, 2022) yang prinsip keseimbangan atau keadilan sudah diterapkan di Humaira Shop dengan penjual yang harus bersikap adil dalam mempromosikan barang dan melayani konsumen, tidak boleh membeda-bedakan dari segi apapun.

## 3) Kehendak Bebas

Prinsip kehendak bebas dalam etika bisnis Islam adalah kebebasan yang diberikan kepada pebisnis untuk mencapai tujuannya, tetapi dengan batasan dan harus berdasarkan al-Qur'an dan Hadis. Di PT Kainratu Jepara karyawan diberi kebebasan tetapi tidak boleh memberi diskon asal asalan harus tanya dulu ke atasan. Jadi untuk admin sendiri ada maksimal diskon ke pelanggan kalau memang melebihi batasan diskon harus konfirmasi dulu kepada *owner*. Hasil wawancara dengan Devi selaku Karyawan PT Kainratu Jepara pada tanggal 5 September 2024 pukul 15.00)

Seperti pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Wati & Arif, 2022) yang dimana pada prinsip ini menerapkan prinsip kehendak bebas dengan memberikan konsumen kebebasan konsumen untuk memilih produk dan menawar harga barang. Jika terjadi pemesanan secara tiba-tiba juga tidak ada paksaan. Jadi dari hasil penelitian di PT Kainratu prinsip kehendak bebas sudah diterapkan dan sesuai dengan penelitian terdahulu yang digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi dalam penelitian yang dilakukan di PT Kainratu Jepara.

#### 4) Prinsip Tanggung Jawab

Prinsip tanggung jawab begitu mendasar dalam ajaran Islam prinsip ini berarti berani bertanggung jawab atas apa yang dilakukan dalam hal apapun. Dalam dunia kerja pasti tanggung jawab, entah untuk perusahaan ataupun pelanggan, jika pelanggan ada komplain barang atau ada cacat barang juga segera memberikan respon. (Hasil wawancara dengan Muza selaku Karyawan PT Kainratu Jepara pada tanggal 5 September 2024 pukul 15.00) Seperti pada penelitian terdahulu bahwa sudah menerapkan prinsip tanggung jawab dengan menjamin jika terjadi cacat barang pihak perusahaan akan bertanggung jawab.

#### 5) Prinsip Ihsan

Prinsip Ihsan berhubungan dengan sikap pedagang dalam melayani dan memperlakukan konsumen. Sikap ramah, murah senyum, sopan dan sabar yang dimiliki dan diperlihatkan pedagang kepada konsumen menjadi daya tarik tersendiri yang akan memberikan kesan positif. Saat konsumen tanya tentang barang harus dijawab jujur tanpa ada yang ditutupi misalnya ada cacat barang dan ketika ada konsumen datang ke toko disambut dengan baik ramah, dan senyum. (Hasil wawancara dengan Muza selaku Karyawan PT Kainratu Jepara pada tanggal 5 September 2024 pukul 15.00) Hal tersebut juga diperkuat pada penelitian terdahulu Wijaya Trisna (2019) yang dimana menerapkan prinsip ihsan melayani konsumen dengan jujur, sopan, ramah, murah hati dan sabar.

Melihat hasil wawancara tersebut, maka dapat peneliti analisis bahwa PT Kainratu Jepara sudah melakukan segala aktivitas yang sesuai dengan syariat Islam terutama dalam kegiatan bisnis dengan mengedepankan prinsip etika bisnis Islam. Sehingga dapat menimbulkan keharmonisan dan keselarasan antar sesama. Berdasarkan observasi yang telah peneliti lakukan kepada pemilik, karyawan, dan konsumen PT Kainratu Jepara, bahwa penerapan etika bisnis Islam dalam komunikasi pemasaran di PT Kainratu sudah diterapkan dalam perusahaan seperti memiliki keyakinan, kejujuran dan amanah dalam melakukan transaksi jual beli, tanggung jawab, bersikap adil dan memberikan kebebasan kepada konsumen. Selain itu, perusahaan juga meyakinkan kepada konsumen bahwa hal ini dilakukan karena bisnis yang dilakukan semata-mata untuk mengharap ridho Allah SWT. (Hasil wawancara dengan Bapak

Hamdan selaku Direktur PT Kainratu Jepara pada tanggal 5 September 2024 pukul 14.05.)

## 2. Komunikasi Pemasaran Produk di PT Kainratu Jepara

Etika bisnis Islam dalam kegiatan bisnisnya, khususnya dalam komunikasi pemasaran merupakan hal yang penting. Selain mengingat adanya tanggung jawab sosial perusahaan juga merupakan bentuk nyata dari pelaksanaan kegiatan bisnis yang sesuai dengan hakikatnya bisnis merupakan salah satu bentuk ibadah. Karena bisnis merupakan salah satu bentuk ibadah sudah selayaknya aturan-aturan dalam syariah diimplementasikan setiap kegiatan bisnis. Komunikasi pemasaran dalam penerapan etika bisnis Islam memiliki pengaruh karena berdasarkan kerangka konseptual tersebut, penelitian ini mengetahui seberapa pentingnya dalam komunikasi pemasaran menerapkan etika bisnis yang Islami. Berdasarkan pengamatan yang peneliti lakukan bahwa komunikasi pemasaran yang dibangun oleh PT Kainratu Jepara benar-benar dijaga dengan baik dengan pelanggan karena dengan komunikasi ini termasuk salah satu bentuk pelayanan serta etika dalam bisnis. Komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh PT Kainratu Jepara adalah,

### 1) Iklan

Komunikasi pemasaran lewat iklan adalah cara untuk menyampaikan pesan penawaran produk, jasa, atau ide kepada konsumen melalui media massa dan media lainnya yang berbayar. PT Kainratu Jepara sendiri sudah melakukan pembuatan iklan melalui shopee yang mana dilakukan pada waktu awal perusahaan berdiri dengan tujuan agar produk yang dijual semakin banyak yang mengenal. Iklan sudah pernah dulu di shopee, tapi sekarang lebih ke organik atau posting biasanya di platform media sosial. (Hasil wawancara dengan Devi selaku Karyawan PT Kainratu Jepara pada tanggal 5 September 2024 pukul 15.00)

Hal ini juga diperkuat oleh penelitian terdahulu yang mana Sarastuti Dian (2017) yang melakukan iklan di media sosial dan menggandeng *reseller*. Selain itu menggunakan media online untuk memasarkan produknya Queenova.

### 2) Promosi Penjualan

Promosi penjualan sangat penting bagi pelaku bisnis karena untuk meningkatkan permintaan atau minat terhadap produk dan layanan bisnis. Promosi penjualan biasanya dilakukan dalam waktu

tertentu satau terbatas. Di PT Kainratu Jepara sudah menerapkan promosi penjualan yang baik dimana melakukan promosi di hari tertentu, diskon, free ongkir dan lain sebagainya.

Dengan promosi *bundling*, hari tertentu, *buy 2 get 1 free*, dan masih banyak lagi. Supaya pelanggan itu tertarik. untuk iklan sudah pernah dulu di shopee, tapi sekarang lebih ke organik atau posting biasanya di platform media sosial. Hasil wawancara dengan Devi selaku Karyawan PT Kainratu Jepara pada tanggal 5 September 2024 pukul 15.00)

Di perkuat juga dalam penelitian sebelumnya (Firdaus & Nuzula, 2023). Selain promosi melalui media sosial yang termasuk pada variabel dari konsep komunikasi pemasaran, pihak manajemen Pesantren Al Ittifaq pun melaksanakan *event exhibition* sebagai sarana promosi dalam penerimaan santri baru. Dalam konteks ini, event yang dilakukan Pesantren Al Ittifaq seperti penyelenggaraan MTQ atau kegiatan Al Ittifaq Expo dapat dipahami sebagai media komunikasi pemasaran karena didalamnya terdapat kegiatan menginformasikan sesuatu dan memberi manfaat personal bagi para pengunjung.

### 3) Penjualan Personal

Penjualan personal merupakan strategi pemasaran yang melibatkan interaksi langsung maupun tidak langsung antara penjual dan konsumen untuk menjual produk. PT Kainratu sudah menerapkan dan dilakukan dengan baik. secara online biasanya pelanggan mengirim foto produk, kemudian jika ada stok kain akan difoto atau dengan video call. Hasil wawancara dengan Devi selaku Karyawan PT Kainratu Jepara pada tanggal 5 September 2024 pukul 15.00)

Jadi, penjualan personal juga tak kalah pentingnya di perusahaan. Karena merupakan salah satu metode pemasaran yang melibatkan interaksi langsung. Penjual juga berusaha untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung.

### 4) Hubungan Masyarakat

Hubungan masyarakat merupakan komunikasi untuk membangun hubungan antara organisasi dan publik. Hubungan bisnis dengan masyarakat juga sangat berkaitan sebab bisnis sendiri target marketnya adalah masyarakat sehingga bisa dibilang suatu bisnis memperoleh keuntungan dari masyarakat. Hubungan masyarakat di PT Kainratu Jepara sangat berpengaruh dalam perusahaan. Produk

yang di supply dari mitra pengrajin tenun lokal sekitar, terutama mereka yang belum punya channel pemasaran yang biasanya hanya Cuma titip jadi kita utamakan itu. Untuk penjahit juga sama, selama ini lebih memberdayakan penjahit lokal yang bisa sesuai misinya dengan. (Hasil wawancara dengan Bapak Hamdan selaku Direktur PT Kainratu Jepara pada tanggal 5 September 2024 pukul 14.05.)

Pada penelitian terdahulu (Herfiza & Firdaus, 2018) yang juga melibatkan hubungan masyarakat, pelaksanaan hubungan masyarakat (public relation) yang dilakukan rumah sakit Islam Malahayati menjadi bagian paling penting dalam pelaksanaan komunikasi pemasaran untuk meningkatkan citra dan penjualan rumah sakit.

#### 5) Pemasaran Langsung

Pemasaran langsung merupakan pemasaran yang dilakukan dengan berkomunikasi secara langsung tanpa perantara. Tujuan pemasaran langsung dilakukan untuk mendapatkan respon langsung dari konsumen mengenai produk yang ditawarkan. PT Kainratu Jepara sudah melakukan pemasaran langsung dengan baik yang dilakukan sangat bagus oleh karyawan dengan bersikap sopan, ramah, selalu senyum, menjelaskan produk dengan baik dan detail. dalam pemasaran langsung atau konsumen yang langsung datang ke toko kita harus menyambungnya dengan baik salam senyum sapa. Kemudian basa basi dan tanya apa yang dicari dan menjelaskan produk secara detail agar konsumen paham dan tertarik untuk membelinya” Hasil wawancara dengan Devi selaku Karyawan PT Kainratu Jepara pada tanggal 5 September 2024 pukul 15.00)

Seperti di penelitian terdahulu, penjualan langsung dimulai ketika menghadapi seorang masyarakat yang datang ke kantor guna mendaftar umrah atau meminta informasi tertentu dilakukan secara sopan, ramah dan sabar. Adapun prosedur penanganannya yaitu terlebih dahulu menanyakan keperluan, mempersilahkan duduk, memberi air mineral serta dilanjutkan mengarahkan atau menjelaskan program-programnya.

Dapat disimpulkan bahwa karyawan juga sudah melakukan komunikasi pemasaran dengan baik dan konsumen juga merasa nyaman. Karyawan yang dilakukan di PT Kainratu bersikap jujur, ramah, sopan, selalu senyum, disiplin dalam bekerja. Sehingga komunikasi pemasaran berjalan dengan lancar.

#### D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti maka dapat disimpulkan bahwa: penerapan etika bisnis islam yang ada di PT Kainratu sudah dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip yang ada pada etika bisnis islam, yaitu prinsip tauhid, prinsip keadilan, prinsip kehendak bebas, prinsip tanggung jawab, dan prinsip ihsan. Komunikasi pemasaran yang dilakukan PT Kainratu juga sudah terlaksana dengan baik, dimana karyawan selalu ramah dan rendah hati ketika menjelaskan keunggulan dan kekurangan dari produk tenun tersebut kepada masyarakat khususnya konsumen.

#### Daftar Pustaka

- Alfianto, Titis, and Khusnul Fikriyah. 2021. "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Komunikasi Pemasaran Travel Umrah (Studi Pada PT Ebad Arahman Wisata Sidoarjo)." *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 4(1)
- Alnashr, M Sofyan. 2018. "Integrasi Pendidikan Siaga Bencana Dalam Kurikulum Madrasah Ibtidaiyah." *MAGISTRA: Media Pengembangan Ilmu Pendidikan Dasar Dan Keislaman* 6(2)
- Badan Wakaf Indonesia. 2020. "Laporan Hasil Survey Indeks Literasi Wakaf 2020" 1: 7-8.
- Creswell, John W. 2019. *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, Dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ghafur, A. 2018. "ETIKA BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM Abd. Ghafur 1." *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2.
- Hafid, Muhammad Alib, Kampus Ketintang, and Kampus Ketintang. 2023. "Peran Media Sosial Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Perspektif Manajemen Bisnis Syariah Di Eventsurabaya the Role of Social Media as a Marketing Communication Strategy in Sharia Business Management Perspective at Eventsurabaya." *Jurnal Syarikah* 9(1)
- Jamin. 2019. "ANALISISA HUKUM ISLAM TERHADAP KEUNTUNGAN DALAM JUAL BELI (Telaah Kritis Sirkulasi Ekonomi Dalam Transaksi Penjualan)." *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*. <https://doi.org/10.33507/lab.v4i01>.
- Kasim, Sinta, Weni Octaviani, and Harifuddin Lukman. 2022. "Rekonstruksi Etika Bisnis Islami Dalam Perspektif Al-Qur'an." *El-Fata: Journal of Sharia*
- JIOSE: Jurnal of Indonesian Sharia Economics  
<https://journal.ipmafa.ac.id/index.php/jiose>

*Economics and Islamic Education* 1(1)

- Ma'Arif, Syamsul. 2018. "Education as a Foundation of Humanity: Learning from the Pedagogy of Pesantren in Indonesia." *Journal of Social Studies Education Research* 9(2).
- Muzizah, A A L. 2023. "... Di Pasar Kawasan Wisata Religi Makam Gus Dur Perspektif Pasal 1 Angka 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun ...." *Irtifaq: Jurnal Ilmu-Ilmu Syari'ah*, 8.
- Paramita, Vita, Indah Hartati, and Aisyah Hana Rifiani. 2016. "Prosiding SNST Ke-7 Tahun 2016 Fakultas Teknik Universitas Wahid Hasyim Semarang 7." *Prosiding SNST*.
- Ramadhany, Nurmeiny Putri, Havis Aravik, and Choirunnisak Choirunnisak. 2023. "Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Terhadap Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Pada Rozza Bakery Palembang." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)* 3(1)
- Syakroni, Agus, Zamroni, Chusnul Muali, Hasan Baharun, Muh Zainuddin Sunarto, Bisri Musthofa, and Muallim Wijaya. 2019. "Motivation and Learning Outcomes Through the Internet of Things; Learning in Pesantren." In *Journal of Physics: Conference Series*. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1363/1/012084>.
- Yusnaidi. 2022. "Al-Ribhu (Keuntungan) Dan Ketentuannya Dalam Fiqh Islam." *El-Hadhanah : Indonesian Journal Of Family Law And Islamic Law* 2(1).