

KOMUNIKASI BISNIS

Dalam Perspektif Islam

Dr. Siti Fatimah, S.E., M.M



KOMUNIKASI BISNIS

Dalam Perspektif Islam

Dr. Siti Fatimah, S.E., M.M



KOMUNIKASI BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM

Penulis:
Siti Fatimah

Desain Cover:
Septian Maulana

Sumber Ilustrasi:
www.freepik.com

Tata Letak:
Handarini Rohana

Editor:
Aas Masrurroh

ISBN:
978-623-459-736-3

Cetakan Pertama:
Oktober, 2023

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang
by **Penerbit Widina Media Utama**

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT:

WIDINA MEDIA UTAMA

Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

Anggota IKAPI No. 360/JBA/2020

Website: www.penerbitwidina.com

Instagram: [@penerbitwidina](https://www.instagram.com/penerbitwidina)

Telepon (022) 87355370

PRAKATA PENULIS

Tiada kata yang dapat penulis ucapkan selain Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam yang karena-Nya jualah sehingga penulis dapat menyelesaikan buku ini, Salam dan shalawat senantiasa kepada Rasulullah SAW yang telah menjadi suri tauladan kepada umat manusia dalam segala perilaku beliau.

Komunikasi merupakan kebutuhan yang mendasar, tidak ada satu pun manusia yang dapat hidup sendiri atau dengan kata lain manusia merupakan makhluk sosial yang membutuhkan kehadiran manusia lainnya untuk melanjutkan hidup. Untuk menghubungkan manusia satu dengan lainnya diperlukan komunikasi, baik verbal maupun non verbal.

Tentunya dalam melakukan komunikasi diperlukan etika yang baik, dalam hal ini Islam telah memberikan tuntunan kepada umat manusia melalui Al-Qur'an bagaimana cara berkomunikasi yang baik Rasulullah SAW pun telah memberikan contoh dan teladan dalam segala aspek kehidupan salah satunya adalah bagaimana menjadi komunikator yang baik dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam berkegiatan khususnya menjalankan bisnis.

Di era teknologi informasi saat ini penggunaan media sebagai sarana komunikasi memiliki peranan yang sangat penting salah satunya dalam dunia bisnis. Kehadiran teknologi informasi memberikan kemudahan bagi para pelaku bisnis untuk saling berinteraksi baik dengan pihak internal terlebih lagi dengan pihak eksternal perusahaan. Penghematan biaya operasional dalam melakukan komunikasi dan transaksi dengan pihak-pihak terkait turut memudahkan pencapaian tujuan, visi dan misi organisasi bisnis pada umumnya.

Dalam hal ini etika merupakan hal yang sangat terkait dengan komunikasi yang digunakan untuk berinteraksi baik itu pada komunikasi verbal, komunikasi non verbal dan pada komunikasi media teknologi.

Penulis mengajukan buku ini sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan pembelajaran mahasiswa dalam mata kuliah komunikasi bisnis. Tentunya dalam merampungkan buku ini tidak terlepas dari dukungan banyak pihak di antaranya pimpinan jurusan Perbankan Syariah, pimpinan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Aluddin Makassar , keluarga dan pihak-pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, untuk itu penulis menyampaikan terima kasih yang tulus, semoga Allah memberikan balasan yang berlimpah.

Akhirnya sebagai manusia biasa penulis tentunya tidak luput dari kekurangan dan keterbatasan, olehnya itu sangat diharapkan bagi semua pihak yang menyempatkan membaca buku ini memberikan koreksi dan saran-saran konstruktif demi kesempurnaan. Semoga buku ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua. *Aamiin ya rabbal Alamiin*

Makassar, Juni 2023

Penulis

Apapun yang kita nikmati di dunia ini, kita harus selalu mengingat dua hal:

- 1. Apa yang Allah miliki itu lebih baik;*
- 2. Apa yang Allah miliki itu bertahan lebih lama.*

“Untuk itu, bekerja keraslah dalam hidup ini dan bekerja lebih keras untuk kehidupan selanjutnya.”

DAFTAR ISI

PRAKATA PENULIS	iii
DAFTAR ISI	vi
BAB 1 MENGENAL KOMUNIKASI BISNIS	1
A. Pengertian Komunikasi	2
B. Tipe Komunikasi	4
C. Model-Model Komunikasi Yang Efektif	5
D. Fungsi Komunikasi Islam	7
E. Fungsi Komunikasi Islam Dalam Media Massa	10
F. Rangkuman	12
Soal-soal	13
BAB 2 PENTINGNYA KOMUNIKASI BISNIS	15
A. Peranan Komunikasi Efektif Didunia Bisnis	17
B. Cara Membangun Komunikasi Yang Efektif	18
C. Kendala Komunikasi	20
D. Rangkuman	22
Soal-soal	23
BAB 3 KONSEP ETIKA KOMUNIKASI ISLAM	25
A. Konsep Etika Komunikasi Islam	25
B. Fungsi Etika Komunikasi Bisnis	35
C. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis	36
D. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam	37
E. Etika Komunikasi	40
F. Rangkuman	41
Soal-soal	42
BAB 4 TELADANAN RASULULLAH SAW DALAM BERBISNIS	43
A. Jiwa Berbisnis Rasulullah SAW	43
B. Model dan Entrepreneurship Rasulullah SAW	45
C. Rangkuman	51
Soal-soal	52
BAB 5 KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI	53
A. Pengertian Komunikasi Antar Pribadi	53
B. Tujuan Komunikasi Antar Pribadi	55

C. Kebutuhan Manusia	57
D. Mendengarkan Sebagai Keahlian Antar Pribadi	62
E. Meningkatkan Hubungan Kerja Yang Positif Melalui Percakapan ..	64
F. Merespon Kritik Secara Profesional di Tempat Kerja	65
G. Menyelesaikan Konflik.....	65
H. Langkah dan Prosedur Untuk Menghadapi Konflik	66
I. Komunikasi Dalam Pertemuan Atau Rapat	67
J. Teknik Untuk Menyelenggarakan Rapat Yang Berhasil	67
K. Rangkuman	68
Soal-soal	72
BAB 6 KOMUNIKASI KELOMPOK DAN KERJA TIM	75
A. Komunikasi Kelompok	75
B. Elemen Komunikasi Kelompok	76
C. Karakteristik Kelompok.....	77
D. Fungsi Komunikasi Kelompok	79
E. Kelebihan dan Kekurangan Komunikasi Kelompok	80
F. Metode Pengambilan Keputusan Dalam Kelompok.....	80
G. Komunikasi dan Kerja Tim	81
H. Proses Mendengarkan.....	81
I. Kendala Mendengarkan.....	83
J. Kiat Menjadi Pendengar Yang Baik.....	83
K. Rangkuman	84
Soal-soal	86
BAB 7 NEGOSIASI BISNIS	89
A. Pengertian Negosiasi	89
B. Gaya Negosiasi.....	91
C. Proses Negosiasi	93
D. Tipe Negosiasi.....	98
E. Negosiasi Bisnis.....	99
F. Rangkuman	101
Soal-soal	103
BAB 8 KOMUNIKASI MELALUI LAPORAN BISNIS	105
A. Pengertian Dan Penggolongan Laporan Bisnis	105
B. Laporan Bisnis Dalam Pandangan Islam	107

C. Karakteristik Laporan Komunikasi Bisnis	109
D. Teknik Pembuatan Laporan Bisnis Yang Baik	110
E. Persiapan Penulisan Laporan Bisnis	112
F. Pengorganisasian Laporan	112
G. Penulisan Laporan Formal	113
H. Rangkuman	114
Soal-soal	117
BAB 9 KOMUNIKASI BISNIS LINTAS BUDAYA DAN NEGARA	119
A. Komunikasi Bisnis Lintas Budaya dan Negara	119
B. Pentingnya Komunikasi Bisnis Lintas Budaya dan Negara	122
C. Etika Komunikasi Bisnis Dalam Negosiasi Lintas Budaya dan Negara	125
D. Rangkuman	127
Soal-soal	129
DAFTAR PUSTAKA	130
PROFIL PENULIS	132



MENGENAL KOMUNIKASI BISNIS

Komunikasi merupakan kebutuhan manusia yang menghubungkan antara manusia satu dengan yang lainnya. Melalui komunikasi seseorang akan menyampaikan keinginannya kepada orang lain demikian pula sebaliknya dengan orang lain. Pada Era teknologi Informasi seperti saat ini, penggunaan media digital merupakan hal yang sudah tidak asing lagi bagi masyarakat awam di seluruh dunia. Komunikasi sudah merupakan kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari.

Bisnis merupakan rangkaian usaha yang dijalani seseorang baik dibidang niaga (perdagangan), perindustrian hingga kegiatan usaha. Bisnis memerlukan serangkaian tahapan perencanaan untuk mewujudkan tujuan yang diharapkan dan untuk mewujudkan bisnis tersebut diperlukan komunikasi yang baik oleh semua orang yang terlibat dalam organisasi. Komunikasi dapat melalui bentuk langsung maupun tidak langsung. Komunikasi langsung dilakukan tanpa menggunakan media sedangkan komunikasi tidak langsung diperlukan media perantara untuk menghubungkan pesan yang diinginkan sampai pada penerima pesan.

Tuntutan masa depan dunia bisnis setiap harinya memiliki persaingan yang ketat, perusahaan yang unggul adalah mereka yang memiliki pengelolaan yang baik dan terencana akan lebih mampu bertahan lama. Komunikasi bisnis menjadi kunci untuk perusahaan mencapai tujuannya. Komunikasi digunakan untuk memenuhi target pasar dalam menciptakan



PENTINGNYA KOMUNIKASI BISNIS

Komunikasi menjadikan elemen yang membedakan kita sebagai makhluk hidup dengan benda, bisnis juga merupakan elemen penting yang tidak hanya membedakan kita dengan benda, tetapi juga membedakan kita sebagai manusia dengan hewan. Jika kita gabungkan dua kekuatan elemen ini, “komunikasi dengan bisnis”, pasti akan menjadi sesuatu hal yang berguna di dalam dunia usaha. Bisnis merupakan aktivitas yang selalu ada di sekitar kita dan dikenal oleh kaum muda hingga kaum tua.

Komunikasi bisnis merupakan pertukaran pesan atau informasi untuk mencapai efektifitas dan efisiensi produk kerja di dalam struktur dan sistem organisasi yang kondusif. Komunikasi Bisnis tidak hanya sekedar informatif tetapi juga persuasif. Suatu pesan atau informasi yang di sampaikan hendaknya memenuhi 7 C syarat.

1. *Completeness* (Lengkap)

Suatu informasi atau pesan dikatakan lengkap, bila berisi semua materi yang di perlukan agar menerima pesan dapat memberikan tanggapan yang sesuai dengan harapan pengirim pesan

2. *Conciseness* (singkat)

Saat mengutarakan gagasannya secara singkat, padat dan jelas tanpa mengurangi makna

3. *Consideration* (Pertimbangan)

Penyampaian pesan dengan mempertimbangkan dan mengutamakan penerima pesan



KONSEP ETIKA KOMUNIKASI ISLAM

A. KONSEP ETIKA KOMUNIKASI ISLAM

Etikus berasal dari kata *ethikus* (bahasa latin) dan *ethicos* (bahasa Yunani) yang berarti kebiasaan, norma-norma, nilai-nilai, kaidah-kaidah dan ukuran-ukuran baik dan buruk tingkah laku manusia. Menurut Kamus besar bahasa Indonesia tahun 1995, etika adalah nilai mengenal benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat. Sementara menurut KBBI 2016, etika adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk, tentang hak dan kewajiban moral (*akhlak*).

Komunikasi bagi manusia merupakan kebutuhan paling mendasar dalam hidupnya, hampir seluruh aktivitas manusia dalam kehidupan pribadi dan sosialnya tidak bisa terpisahkan dari komunikasi, sehingga manusia tidak dapat hidup dan berkembang tanpa berkomunikasi. Islam juga menempatkan komunikasi sebagai sesuatu yang penting dan bernilai ibadah apabila komunikasi itu dilakukan berdasarkan nilai-nilai yang terdapat dalam alquran dan sunnah Nabi Muhammad SAW, keduanya merupakan pedoman yang berisi tuntunan hidup bagi setiap muslim yang harus dijunjung tinggi dan menjadi ukuran-ukuran dalam berkomunikasi. Etika komunikasi Islami dimaksudkan sebagai sebuah nilai-nilai yang baik yang pantas dan memiliki manfaat ketika melakukan proses komunikasi, apakah komunikasi itu berupa komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi atau komunikasi massa ke semua bentuk komunikasi yang akan dilakukan tersebut harus



TELADAN RASULULLAH SAW DALAM BERBISNIS

A. JIWA BERBISNIS RASULULLAH SAW

Muhammad SAW membangun jiwa wirausahanya sejak umur 12 tahun mengikuti, dengan maksud meringankan beban keluarga pamannya yang telah merawat beliau sejak ditinggal oleh kedua orangtuanya. Jiwa kemandirian yang dimilikinya di lengkapi dengan sifat

1. Integritas

Merupakan sifat standar dan pondasi utama karakter seorang pengusaha yaitu kejujuran yang mengikat utuh karakter-karakter positif lainnya. Rasulullah SAW sejak kecil sudah mengembangkan sifat jujurnya sehingga terkenal dengan julukan Al-amin (orang yang terpercaya). Beliau sangat menjaga perilaku, tutur kata dan komitmen atas dasar kejujuran sehingga menjadi magnet bagi banyak orang.

Pada diri Rasulullah SAW terdapat pikiran, perasaan, tutur kata yang merupakan bentuk integritas terpercaya sehingga segala hal positif terbaik memasuki kehidupannya yang dibuktikan dengan kesuksesan dan kecemerlangan sebagai pedagang.

2. Loyalty

Loyalitas merupakan kesetiaan dan komitmen jangka panjang, dalam sejarahnya Nabi Muhammad SAW menunjukkan loyalitas yang tinggi



KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI

A. PENGERTIAN KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI

Komunikasi antar pribadi merupakan salah satu bentuk komunikasi yang dilakukan antara seseorang dengan orang lain dalam suatu masyarakat maupun organisasi baik itu bisnis maupun non bisnis. Komunikasi yang disampaikan baik langsung maupun tidak langsung. Di era teknologi informasi seperti saat ini komunikasi antar pribadi dapat dilakukan melalui media sosial seperti pada aplikasi Whatsapp, telegram, telegram, dll dengan menggunakan bahasa yang mudah sehingga dapat dipahami oleh kedua belah pihak. Bahkan dengan kemajuan teknologi komunikasi lewat Video call dapat dihadiri satu orang atau lebih seperti melalui WhatsApp, zoom dan lainnya.

Berdasarkan pengertian tersebut, paling tidak ada empat hal penting yang perlu diperhatikan, antara lain:

- a. Komunikasi dilakukan oleh dua orang atau lebih.
- b. Menggunakan media tertentu, seperti telepon, telepon seluler, atau bertatap muka (*face-to-face*). Bahasa yang digunakan bersifat informal (tidak baku), dapat menggunakan Bahasa
- c. Bahasa yang digunakan bersifat informal (tidak baku) dapat menggunakan bahasa daerah, bahasa pergaulan, atau bahasa campuran.



KOMUNIKASI KELOMPOK DAN KERJA TIM

A. KOMUNIKASI KELOMPOK

Komunikasi dalam kelompok merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan ke kelompok yang lainnya. Kelompok merupakan salah satu media untuk dapat mengungkapkan persoalan pribadi atau kelompok, merupakan sarana meningkatkan pengetahuan anggotanya dan alat untuk memecahkan persoalan yang dihadapi bersama atau seluruh anggotanya.

Burgoon (1978) yang dikutip oleh Sandjaja dalam bukunya Teori Komunikasi menyatakan bahwa komunikasi kelompok sebagai interaksi tatap muka dari tiga atau lebih individu untuk memperoleh maksud dan tujuan yang dikehendaki seperti berbagi informasi, pemeliharaan diri, pemecahan masalah sehingga semua anggota dapat menumbuhkan karakteristik pribadi anggota lainnya dengan akurat.

Komunikasi kelompok merupakan komunikasi yang terjadi antara lebih dua orang. Hadirnya komunikator menyampaikan informasi pada sebuah kelompok, biasanya hal ini dilakukan karena baik komunikator dan komunikator memiliki kepentingan dan tujuan yang sama pada kelompok itu. Allah berfirman dalam Al-Qur'an surat Attaubah ayat 92:

وَلَا عَلَى الَّذِينَ إِذَا مَا أَتَوْكَ لِتَحْمِلَهُمْ قُلْتَ لَا أَجِدُ مَا أَحْمِلُكُمْ عَلَيْهِ تَوَلَّوْا وَعَيْنُهُمْ تَقْيِضُ
مِنَ الدَّمْعِ حَزَنًا أَلَّا يَجِدُوا مَا يُنْفِقُونَ



BAB
7

NEGOSIASI BISNIS

A. PENGERTIAN NEGOSIASI

Berbagai pihak dalam dunia bisnis sering dihadapkan dalam permasalahan sengketa bisnis dan cara untuk dapat menyelesaikan sengketa tersebut melalui negosiasi. Negosiasi berasal dari kata *Negotiation* berasal dari bahasa Inggris memiliki arti perundingan. Istilah negosiasi sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari dengan padanan katanya adalah bermusyawarah, berunding atau bermufakat, sedangkan istilah negosiator digunakan untuk istilah orang yang mengadakan perundingan.

Peristiwa sengketa yang terjadi luar pengadilan sering diselesaikan dengan cara negosiasi oleh para pihak yang bersengketa tanpa adanya bantuan dari orang lain melalui cara berunding atau bermusyawarah untuk memperoleh pemecahan yang dianggap tidak memihak di antara para pihak. Hasil dari negosiasi yang tidak mengikat secara hukum karena menghasilkan penyelesaian persetujuan (*compromise solution*)

Negosiasi merupakan kegiatan yang sering kita lakukan setiap waktu namun kita tidak menyadari dan kondisi ini terjadi hampir di setiap kondisi kehidupan karena negosiasi merupakan salah satu cara yang dianggap paling efektif untuk menyelesaikan konflik atau perselisihan kepentingan. Negosiasi juga dianggap sebagai suatu proses yang terdiri dari dua orang atau lebih hingga kelompok yang memberikan perhatian pada minat untuk



KOMUNIKASI MELALUI LAPORAN BISNIS

A. PENGERTIAN DAN PENGGOLONGAN LAPORAN BISNIS

1. Pengertian Penggolongan Laporan Bisnis

Menurut Herta A. Murphy Laporan bisnis dapat diartikan sebagai laporan yang mempunyai sifat netral, memiliki tujuan yang jelas, tidak memihak dan berisi konsep penyajian fakta sesungguhnya kepada seseorang/lebih untuk mewujudkan tujuan bisnis secara tertentu. Menurut Himstreet Laporan Bisnis yaitu suatu pesan-pesan objektif dan disusun secara sistematis kemudian digunakan sebagai penyajian informasi dari bagian organisasional atau institusi dan lembaga ke lembaga yang lain untuk membantu proses pemecahan masalah dan pengambilan keputusan atau

Penulisan laporan bisnis secara umum digunakan untuk berbagai keperluan, di antaranya :

- a. Sebagai memonitor dan pengawasan operasional
- b. Dapat membantu menerapkan prosedur-prosedur dan kebijakan-kebijakan yang ditetapkan perusahaan.
- c. Memenuhi peraturan hukum dan peraturan-peraturan yang berlaku
- d. Dijadikan dokumentasi prestasi kerja untuk kepentingan internal dan eksternal.
- e. Menjadi bahan analisis informasi untuk pengambilan keputusan-keputusan atas permasalahan tertentu.
- f. Mendapatkan sumber pendanaan



KOMUNIKASI BISNIS LINTAS BUDAYA DAN NEGARA

A. KOMUNIKASI BISNIS LINTAS BUDAYA DAN NEGARA

Allah berfirman dalam Al-Qur'an dalam surah Al- Hujarat ayat 13 :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Terjemahan Kemenag 2019

13. Wahai manusia, sesungguhnya Kami telah menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan perempuan. Kemudian, Kami menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal. Sesungguhnya yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah adalah orang yang paling bertakwa. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Teliti.

Sebagai makhluk sosial, seorang manusia membutuhkan hubungan dan kerjasama dengan orang lain guna mencapai tujuannya. Untuk mewujudkan tujuannya manusia berkomunikasi dengan manusia lainnya baik dilingkungan di mana dia berada maupun diluar lingkungannya yang tentunya masing-masing memiliki banyak perbedaan Budaya dan Bahasa. Di era teknologi yang semakin maju seperti saat ini, perbedaan budaya

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemahannya, Kementrian Agama, Mushaf Al- Huda, Tiga Serangkai 2019
- Andriani, Nita. "Etika Komunikasi Bisnis Dalam Perspektif Islam." *Jurnal Al-Hikmah* 19.1 (2021):
- Al-Albani Muhammmad Nashiruddin, Shahih Sunan Abu Daud, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2006)
- Business, 37 (4), 256-265.¹ Sri Suyatni dan Sandra Aulia, Aplikasi Komunikasi Bisnis (Salemba Empat, 2019)
- Cangara, H. Hafied. 2018. Pengantar Ilmu Komunikasi. Edisi Ketiga. Cetakan 18. Depok: Rajawali Pers.
- Djoko Purwanto, Komunikasi Bisnis Edisi Lima, Erlangga 2017
- Griffith, D.A., 2002. *The role of communicayion competencies in international business relationship development. Journal of World*
- Jalaluddin Rakhmat, Islam Aktual: Refleksi Seorang Cendekiawan Muslim, (Bandung: Mizan, 1994)
- Keraf, Sonny, 1998, Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya, Kanisius, Yogyakarta.
- Lutfi trismayanti" Konsep Qawlan Layyina dalam surah Thaha 41-44 menurut tafsir Ibnu Katsir dan tafsir Al-Misbah serta relevansinya dengan komunikasi dalam pendidikan Islam'
- Muslimin, amzah 2021, Komunikasi Islam, Jakarta
- M. Quraish Shihab, Tafsir al-Misbah, (Jakarta: Lentera Hati, 2004), 440¹
- Ahmad Mustafa Al-Maragi, "Terjemah Tafsir Al-Maraghi Juz 15", (Semarang: PT.Karya Toha Putra, 1974)
- Muhammad Sulaiman Zakaria Ph D. , Aizuddinur, Jejak Bisnis Rasul (Hikmah, 2010)
- Muhammad, Alfitra Maharindra, Sanhari Prawiradiredja, and Irmia Fitriyah. "Corporate Value: Persona pada Company Profile PT. Kereta Api Indonesia." *Jurnal Komunikasi Profesional* 2.1 (2018).
- Marwah, Nur. "Etika Komunikasi Islam." *Al-Din: Jurnal Dakwah dan Sosial Keagamaan* 7.1 (2021).

- Mulyana, Deddy, and Jalaluddin Rakhmat. *Komunikasi antarbudaya*. Remaja Rosdakarya, 1990
- Muis dan Abdul Andi, *Komunikasi Islami* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001)
- Muslimah' Etika komunikasi dalam perspektif Islam' Muslimin ' Terapi Shalat" diakses dari <https://republika.co.id/berita/pmmsbw313/terapi-shalat>
- Miftah H. Yusufpati , "Kisah Kurban Nabi Ibrahim dan Nabi Ismail Berdasar Al-Qur'an:
<https://kalam.sindonews.com/read/800023/69/kisah-kurban-nabi-ibrahim-dan-nabi-ismail-berdasar-al-quran-1655374008>
- Noviyanti, Nadya Rahma. 2017 "Tugas Jaringan Komputer." *PCAP Visualisation*.
- Ngalimun, Mpd dkk, *Komunikasi Bisnis kewirausahaan dalam Islam*, Parama Ilmu 2019
- Srimudin, Agus, and Nanda Syukerti. "Model-Model Komunikasi Bisnis yang Efektif di Era "New Normal"." *Jurnal Ilmu Komunikasi Balayudha* 1.1 (2021). Tarigan, Eka Dewi. "Komunikasi Bisnis." (2017)
- Sari, Astari Clara, et al. "Komunikasi dan media sosial." *Jurnal The Messenger* 3.2 (2018): 69.
- Suwatno. *Komunikasi Bisnis*, Salemba Empat 2019
- Takari, Muhammad. "Memahami Ilmu Komunikasi." *Tanjungbalai, Asahan* (2019).
- Tafsir surah As Shaff ayat 2-3 <https://tafsiralquran.id/tafsir-surah-as-saff-ayat-2-3-celaan-bagi-orang-yang-perkataannya-tidak-sesuai-dengan->
- Utami, Faiqotul Isma Dwi. "Efektivitas komunikasi negosiasi dalam Bisnis." *Komunike* 9.2 (2017)

PENULIS PENULIS



1. **Nama** : Dr. Siti Fatimah, SE.MM
2. **NIP** : 197108111998032004
3. **Tempat/Tanggal Lahir** : Makassar/11 Agustus 1971
4. **Alamat Tempat Tinggal** : Perumahan Bosowa Permai B2/4 Minasa Upa Makassar, Hp. : 082394178447
5. **Jenis Kelamin** : Perempuan
6. **Agama** : Islam
7. **Pekerjaan** : PNS UIN Alauddin Makassar/Samata Gowa
8. **Pangkat** : Pembina/IV.a
9. **Jabatan** : Dosen Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar/Gowa
10. **Riwayat Pendidikan**:
 - a. S.1 tahun 1990 jurusan Manajemen UNHAS
 - b. S.2 tahun 2007 STIEM YPUP
 - c. S.3 tahun 2016 Ilmu Manajemen UMI

KOMUNIKASI BISNIS

Dalam Perspektif Islam

Komunikasi merupakan kebutuhan yang mendasar, tidak ada satu pun manusia yang dapat hidup sendiri atau dengan kata lain manusia merupakan makhluk sosial yang membutuhkan kehadiran manusia lainnya untuk melanjutkan hidup. Untuk menghubungkan manusia satu dengan lainnya diperlukan komunikasi, baik verbal maupun non verbal. Tentunya dalam melakukan komunikasi diperlukan etika yang baik, dalam hal ini Islam telah memberikan tuntunan kepada ummat manusia melalui Al-Qur'an bagaimana cara berkomunikasi yang baik Rasulullah SAW pun telah memberikan contoh dan teladan dalam segala aspek kehidupan salah satunya adalah bagaimana menjadi komunikator yang baik dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam berkegiatan khususnya menjalankan bisnis.

Di era teknologi informasi saat ini penggunaan media sebagai sarana komunikasi memiliki peranan yang sangat penting salah satunya dalam dunia bisnis. Kehadiran teknologi informasi memberikan kemudahan bagi para pelaku bisnis untuk saling berinteraksi baik dengan pihak internal terlebih lagi dengan pihak eksternal perusahaan. Penghematan biaya operasional dalam melakukan komunikasi dan transaksi dengan pihak-pihak terkait turut memudahkan pencapaian tujuan, visi dan misi organisasi bisnis pada umumnya. Dalam hal ini etika merupakan hal yang sangat terkait dengan komunikasi yang digunakan untuk berinteraksi baik itu pada komunikasi verbal, komunikasi non verbal dan pada komunikasi media teknologi.