IMPLEMENTASI KOMUNIKASI ISLAMI PADA PEDAGANG MUSLIM DI KOTA LANGSA

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

ANGGRIEA ILFA NANDA SARI

NIM:3012021011

PROGRAM STUDI

KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM



FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI(IAIN) LANGSA

TAHUN 2025

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Langsa Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S. Sos) dalam Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Oleh :

Anggriea Ilfa Nanda Sari

NIM : 3012021011

Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah

Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Disetujui Oleh

Pembimbing I	Pembimbing II
Anwar, S.Ag, M.Kom.I	**Nairazi AZ, S.H.I., M.A I**
NIP. 19691105200701 1 042	NIP. 19801208 202321 1 012

Telah Dinilai Oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Fakultas Ushuludddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam
Negeri Langsa Dinyatakan Lulus dan Diterima Sebagai Tugas Akhir
Penyelesaian Program Sarjana (S-1) Dalam Ilmu
Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Pada Hari/ Tanggal:

Senin, 25 Januari 2025
7 Zulkaidha 1446

Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi

Ketua

Anwar, M.Kom.I
NIP. 19691105 200701 1 042

Sekretaris

Nairazi AZ, S.H.I., M.A
NIP. 19801208 202321 1 012

Penguji I

Dr. Zulkarnain, MA
NIP. 19740513 201101 1 001

Penguji II

Dr. Danil Putra Arisandy, M. Kom. I
NIP. 198410232015031001

Mengetahui
Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah
Institut Agama Islam NegeriLangsa

Dr. T. Wildan, MA
NIP. 198411282019031002

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Anggriea Ilfa Nanda Sari

Nim : 3012021011

Fakultas/Prodi : Ushuluddin Adab dan Dakwah/ Komunikasi dan Penyiaran Islam

Alamat : Jln. Tm Bahrum, Gp. Paya Bujuk Teungoh, Kec. Langsa Barat, Kota Langsa, Provinsi Aceh.

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul " **Implementasi Komunikasi Islami Pada Pedagang Muslim Dikota Langsa."** Adalah benar hasil karya sendiri dan original sifatnya. Apabila dikemudian hari ternyata/terbukti hasil plagiat karya orang lain, maka akan dibatalkan dan saya siap menerima sanksi akademik dengan peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sebenar-benarnya.

Langsa, 12 Februari 2025



...buat pernyataan

Anggriea Ilfa Nanda Sari

NIM.3012021011

MOTTO

“ Di balik kesuksesan seorang anak, tentulah orang tua yang berperan penting di didalamnya karena mereka selalu mendukung, tak hanya dari segi materi, tapi juga utaian doa yang selalu dipanjatkannya.”

Setiap manusia punya hambatan yang berbeda dalam proses skripsinya. Ada yang terkendala karena kemampuannya, ada yang terkendala karena dosen, ada yang terkendala karena keuangan, ada yang terkendala karena administrasi kampusnya. Sehingga itu yang membuat waktu selesainya juga berbeda beda. Curang ketika kita harus membandingkan proses kita dengan orang lain. Jelas langkah awalnya saja sudah berbeda, pasti titik sampainya pun tak akan sama. Tidak boleh ada penyesalan, tidak boleh banyak membandingkan dirimu ketia ia sudah banyak melakukan hal-hal yang terbaik yang bisa dilakukannya. Beri dirimu sedikit pelukan dan tepukan tangan. Yakinlah bahwa dirimu sangat berharga lebih dari apapun, ia juga sudah banyak berusaha.

ABSTRAK

Anggriea Ilfa Nanda Sari, Nim: 3012021011, Langsa, 12 Januari 2004. Implementasi Komunikasi Islami Pada Pedagang Muslim di Kota Langsa. Skripsi Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah, IAIN Langsa. Tahun 2025.

Berawal dari pemikiran bahwa komunikasi menjadi suatu hal yang utama dan penting dalam suatu intitas sosial sebagai manusia untuk saling berinteraksi dengan perilaku manusia. Komunikasi Islami telah memberikan suatu hal dalam hal berkomunikasi yang dijalin secara efektif guna menyampaikan suatu pesan dari komunikator terhadap komunikan dengan suatu cara yang telah disusun dalam konsep komunikasi berdasarkan tuntunan Al-Quran dan Hadis. Pada pedagang muslim di Kota Langsa yang memasarkan produk atau jasa dan tanggung jawab untuk memasarkan produk atau jasa kepada pelanggan. Focus pada penelitian ini adalah bagaimana implementasi Komunikasi Islami pada pedagang muslim di Kota Langsa dan bagaimana tingkah laku dan tutur kata pada pedagang saat melayani pembeli di pasar Kota Langsa. Penelitian ini bertujuan untuk mengindentifikasi implementasi Komunikasi Islami pada interaksi pedagang dan pembeli muslim di Kota Langsa dan mengindentifikasi tingkah laku dan tutur kata pedagang saat melayani pembeli di pasar Kota Langsa. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan melakukan observasi dan wawancara mendalam serta didukung dengan dokumentasi tehadap pedagang muslim dan pembeli yang melakukan pembelian di PeukanKota Langsa. Hasil dari penelitian menunjukkkan bahwa implementasi Komunikasi Islami pada pedagang muslim di Kota Langsa secara konsisten menerapkan prinsip prinsip Komunikasi Islami, terutama pada kejujuran, kesopanan, dan sikap ramah, dalam berkomunikasi dengan pelanggan, dan juga menerapkan prinsip prinsip Komunikasi Islami pada *Qaulan Sadidan, Qaulan Karima, Qaulan Baligha, Qaulan Layyina, Qaulam Maysuran, Qaulan Ma'rufan*. Selain itu, penelitian ini juga melihat tingkah laku dan tutur kata pedagang dalam melayani pembeli. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan Komunikasi Islami memiliki dampak positif pada hubungan antara pedagang dan pembeli, menciptakan citra positif pada pedagang muslim Peukan Kota Langsa, dan meningkatkan kepercayaan konsumen.

Kata Kunci : Implementasi, Komunikasi Islami, Pedagang Muslim

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. Yang maha pengasih dan penyayang, atas berkat rahmat dan limpahan hidayahnya lah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul " Implementasi Komunikasi Islami pada pedagang muslim di Kota Langsa ", penyusunan skripsi ini bertujuan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana sosial dalam jurusan komunikasi penyiaran islam di IAIN Langsa. Shalawat dan salam mari kita curahkan kepangkuan Nabi besar Muhammad SAW, yang telah membawa kita dari alam jahiliyah kea lam islamiyah. Sang panutan yang akan menuntun umat islam khususnya penulis, dalam menjalani kehidupan baik di dunia maupun di akhirat kelak.

Penulis menyadari bahwasanya proses penulisan skripsi ini tidaj akan terjalan dengan lancara tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menghanturkan beribu ucapan terimakasi yang sebesar besarnya kepada :

1. Rektor IAIN Langsa, Bapak Prof. Dr. Ismail Fahmi Arrauf Nasution, MA beserta seluruh staf dan jajarannya yang telah banyak membantu dean menyediakan fasilitas selama penulis menuntut ilmu di IAIN Langsa.
2. Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Bapak beserta seluruh staf dan jajarannya yang selalu memberikan dukungan agar mahasiswa bisa menyelesaikan studi tepat waktu.
3. Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Bapak Dr. Zulkarnain, MA beserta seluruh staf dan jajarannya yang selalu memberikan dukungan agar mahasiswa KPI dapat lulus tepat waktu.
4. Bapak Anwar, M.Kom.I selaku pembimbing I yang telah senantiasa meluangkan waktu, memberikan masukan positif terhadapa penelitian penulis, serta selalu berbaik hati menbantu penulis saat sedang kesulitasn dalam proses skripsian.
5. Bapak Nairazi, S.H.I., M.A. selaku pembimbing II yang telah berusaha untuk membimbing serta mencurahkan tenaga dan waktu agar penelitian penulis bisa terselesaikan dengan baik, yang selalu memberikan masukan yang sangat membangun dalam penelitian saya, serta rela membantu saya agar bisa segera menyelesaikan studi saya.
6. Bapak Yusmami, S.Ag, MA selaku dosen Pembimbing Akademik yang telah banyak memberikan nasehat selama masa perkuliahan.
7. Ibu Masdalifah Sembiring, MA selaku Pembimbing Proposal Skripsi yang sudah banyak membantu dan juga memberi nasehat dalam penulisan Proposal Skripsi.
8. Bapak Dr. Samsuar, MA selaku dosen yang sudah banyak memberikan dukungan kepada penulis selama menjalani perkuliahan.
9. Keluarga Besar Peukan Kota Langsa yang telah mengizinkan serta selalu menyambut hangat penulis pada saat melakukan penelitian disana.

10. Bapak/Ibu dosen beserta seluruh Staf Akademika Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah yang telah banyak mengajarkan disiplin ilmu serta telah banyak membantu kebutuhan akademik penulis selama masa perkuliahan.
11. Teruntuk diri saya sendiri, terimakasi sudah sekuat ini untuk mengerjakan skripsi dengan banyaknya rintangan yang ada dalam kehidupan, dan tidak tumbang dengan segala hal, terimakasi sudah mengerjakan skeripsi ini di 3,5 Tahun.
12. Kedua orangtua saya, Ilhafa dan Suryani. Terkhusus kepada pintu surga saya yang telah memperjuangkan segala hal sendirian demi saya bisa menempuh pendidikan di Perguruan Tinggi, terimakasih banyak sudah memperjuangkan segalanya, mendengarkan keluh kesah anaknya, sehingga menjadi harapan pertama menjadi Sarjana.
13. Teruntuk adik adik saya, Angga, Anggun, Novita, Irfan, semoga adik adik saya dapat menjadi lebih baik dari saya, terimakasih sudah ada dalam proses pembuatan skripsi saya, selalu menyemangatin saya.
14. Teruntuk Fatih Muhadzib Sutami, cowo yang sudah hadir dalam kehidupan saya, yang sudah banyak memberikan semangat, walau banyak rintangan dalam hubungan ini.
15. Teruntuk Nabila Arini dan Cut Cha Ananda, terimakasi sudah ada dalam proses pembuatan skripsi saya, sudah mau direpotkan dalam skripsian saya, terutama pada saat melakukan penelitian hingga rampungnya pembuatan skripsi.
16. Terimakasi kepada Nur Salsabila dan Nur Afina yang sudah menemani proses perkuliahan dari semester 1-7 dan selalu senatiasa mendukung dalam masa perkuliahan ini.
17. Terimakasih kepada Sadin, Salma, Bunga, Ijal, Puty, Wardani yang sudah hadir dalam kehidupan saya, banyak membantu, dan memberiksan solusi, serta nasehat dalam hidup saya.
18. Terimakasih kepada Nova dan Yuyun yang sudah hadir diakhir skripsi ini, mampu memberikan semnagat dalam pengerjaan revisian skripsi ini.
19. Terimakasih kepada teman teman Romusha, rekan seperjuangan KPI Unit 1 Angkatan 2021 yang telah banyak memberikan warna dalam hidup penulis selama masa perkuliahan. Semoga semuanya sukses. Aminn.

Penulis berharap skripsi ini nantinya bisa memberikan manfaat serta pemahaman yang lebih dalam lagi tentang Implementasi Komunikasi Islami Pada Pedagang Muslim di Kota Langsa. Penulis juga berharap skripsi dapat menjadi referensi dan inspirasi bagi banyak pembacanya.

Akhir kata penulis menyampaikan permohanan maaf apabila terdapat kekurangan ataupun kelemahan dalam penulisan skripsi ini semoga Allah SWT senantiasa memberikan hidayah dan rahmatnya kepada kita semua. Aamin

Langsa, 11 Februari 2025

Anggriea Ilfa Nanda Sari
NIM. 3012021011

DAFTAR ISI

ABSTRAK ..... **i**
KATA PENGANTAR ..... **ii**
DAFTAR ISI ..... **v**
BAB 1 PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang 1
B. Identifikasi Masalah 6
C. Rumusan Masalah 7
D. Tujuan Penelitian 8
E. Manfaat Penelitian 8
F. Penjelasan Istilah **9**

BAB II TINJAUAN PUSTAKA
A.Kerangka Teoristis 11
1. Teori Komunikasi Islami 11
B. Penelitian Relavan 26
C. Kerangka Pemikiran 30

BAB III METODOLOGI PENELITIAN
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian 32
B. Tempat Dan Waktu Penelitian 33
C. Subjek Penelitian 33
D. Sumber Data 35
E. Teknik Pengumpulan Data 36
F. Teknik Analisis Data 38
G.Teknik Menjaga Keabsahan Data 39

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian 41
1. Sejarah Peukan Kota Langsa 41
2. Letak Geografis Peukan Kota Langsa 44
3. Visi dan Misi Peukan Kota Langsa 45
B. Implementasi Komunikasi Islami Pada Pedagang Muslim di Kota Langsa 46
C. Tingkah Laku Dan Tutur Kata Pedagang Muslim Saat Melayani Pembeli di Kota Langsa 50
D. Analisis Penulis 53

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN
A. Kesimpulan 60
B. Saran **62**
DAFTAR PUSTAKA **63**

DAFTAR LAMPIRAN **65**

BAB 1

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Komunikasi menjadi hal utama dan penting didalam sosial, sebagai manusia yang saling berhubungan dan juga membangun interaksi dengan manusia lainnya. Dan tujuan dari komunikasi tersebut agar memahami bagaimana adanya suatu penyampain pesan atau informasi yang disampaikan oleh pemberi pesan dan dapat diterima oleh penerima pesan tau sebaliknya yang dapat menghasilkan informasi dan juga ketepatan yang jelas.[1] Dengan ini menggunakan komunikasi yang dapat dimengerti oleh penerima pesan dan pemberi pesan mendapatkan feedback, dan jika komunikasi berkelanjutan maka terjadilah suatu hal yang dapat mempengaruhi satu sama lain.

Proses komunikasi dapat berjalan dengan baik jika pemberi pesan dapat membangun rasa timbal balik antara kedua belah pihak dalam menyampaikan pesan. Dan komunikasi juga termasuk bentu sosial yang tidak berhenti dilakukan oleh manusia setiap harinya, dan komunikasi yang memiliki dampak adalah komunikasi yang didalamnya dapat terpengaruh atau bahkan memengaruhi. Aminah suatu penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan dengan harapan mendapatkan feedback dari komonikan sehingga terbentuknya

[1] Andrik Purwasito, *Komunikasi Multikultural*(Surakarta:Muhammadiyah University Press,2003).

keinginan yang sama. Komunikasi juga memiliki pengaruh terhadap tingkah manusia dampak pada sekitarnya.[2]

Komunikasi Islami dalam aspek fundamenetal dalam kehidupan manusia, termasuk dalam kegiatan ekonomi seperti perdagangan. Komunikasi Islami memiliki dimensi spiritual yang berakar pada nilai nilai akhlak mulia, seperti kejujuran, kesantunan, dan keadilan. Sebagai agama yang memberikan pedoman untuk seluruh aspek kehidupan, islam tidak hanya mengatur ibadah ritual, tetapi juga interaksi sosial dan ekonomi. dalam penelitian ini, Komunikasi Islami menjadi sarana penting untuk menjaga kepercayaan, mempererat hubungan antar indivu, dan menjalankan bisnis sesuai prinsip syariah.[3]

اِنَّ اللّٰهَ يَأْمُرُكُمْ اَنْ تُؤَدُّوا الْاَمٰنٰتِ اِلٰٓى اَهْلِهَاۙ وَاِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ اَنْ ۞ تَحْكُمُوْا بِالْعَدْلِۗ اِنَّ اللّٰهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهٖۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ سَمِيْعًاۢ بَصِيْرًا

Artinya : Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampainkan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan(menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum diantara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha Melihat.

Menurut Hefni, pada hakikatnya Komunikasi Islami adalah suatu proses pertukaran informasi antara komunikator dan komunikan yang berupaya membangun hubungan baik antara dirinya sendiri, sang khalik, dan sama

---

[2] Aminah, S., *Pengantar Komunikasi Islami*(Pontianak: Stain Pontianak Press,2013)

[3]Joko Susanto, "*Etika Komunikasi Islami*," Waraqat: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman 5, no. 1 (2020)

siapapun itu, agar terjadinya kedamaian, sikap ramah dan keamaanan,bagi dirinya dan serta lingkungannya melalui ketaatan terhadap allah swt serta mengikuti perintah rasulnya.[4] Jadi secara umum,selalu tentang berbicara dengan lembut, tanpa nada tinggi, dan juga saling menjatuhkan bisnis orang lain, dan tidak saling berkata kasar, maka terjadilah suatu usaha yang tentram damai, tanpa adanya konflik, dan juga dalam Komunikasi Islami sangat diterapkan kejujuran sebagaimana yang telah diajarkan dalam islam, sehingga hal itu harus benar benar diterapkan pada pedagang muslim di Kota Langsa, termasuk pasar tradisional Kota Langsa.

Dalam islam, aktivitas ekonomi tidak hanya bersifat material,tetapi juga mengandung dimensi spiritual yang harus sesuai dengan prinsip prinsip syaraiah, seperti kejujuran, keadilan, dan transparansi. Implementasi Komunikasi Islami oleh pedagang dilangsa menjadi bagian dari upaya menjaga harmoni dan kepercayaan antar penjual dan pembeli.[5] Dalam perdagangan komunikasi elemen kunci yang memengaruhi hubungan bisnis dan interaksi sosial. Komunikasi Islami didasarkan pada akhlak mulia, seperti berbicara santun, menghindari kata kata yang menyinggung, dan memberikan informasi jujur tentang barang dagangan, membantu menciptakan kepercayaan antara pedagang dan pelanggan, dan dengan ini menghasilakan suaru kedamaian dan ketentraman bagi pedagang muslim dalam berkomunikasi dengan pelanggan.

---

[4]Harjani Hefni, *Komunikasi Islami* (Jakarta: PrenAdamedia Group, 2015).

[5]Al-Faqih,"*Prinsip-Prinsip Praktik Bisnis dalam Islam bagi pelaku usaha muslim dalam jurnal ekonomi dan bisnis islam 3,* no.2(2021): 45-60

Salah satu indikator dalam berkomunikasi adalah penggunaan prinsip prinsikp Komunikasi Islami. Dan Komunikasi Islami itu dibangun dalam teori teori para ahli muslim untuk menghasilkan informasi yang didalamnya menghasilkan informasi yang ramah, damai, sopan, dan dialogis. Dengan itu dalam menyampaikan informasi yang sesuai dengan prinsip prinsip Komunikasi Islami, maka terjadilah komunikasi yang tidak mengandung kekerasan, lembut, mudah dimengerti, dan tanpa adanya cacian, sehingga membuat suatu usaha bisnis tersebut tidak berjalan dengan lancar. Jadi, menurut definisi tersebut, sebagaimana komunikasi dalam islam adalah penyampain pesan atau informasi yang didalamnya terdapat suatu proses dengan tidak meninggalkan prinsip dan hukum adanya suatu komunikasi yang didalamnya terdapat pada kitab dan alquran.[6]

Namun, ditengah modernisasi perkembangan teknologi, praktik Komunikasi Islami dalam perdagangan menghadapi tantangan baru. Perubahan pola interaksi, meningkatnya persaingan bisnis, dan pengaruh budaya globalisasi dapat mempengaruhi implementasi nilai nilai islam dalam aktivitas perdagangan. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana perdagangan muslim di Kota Langsa mengimplemntasikan Komunikasi Islami dalam keseharian mereka, baik dalam interaksi dengan sesama pedagang maupun pelanggan.[7]

---

[6] Nazarullah, *" Teori- Teori Komunikasi Massa Dalam Persepektif Islam*,"Peurawi 1, No.1 (2018): 12

[7]Pimay," *Dinamika Dakwah Islam di Era Modern," Jurnal Dakwah dan Komunikasi S ,* No.1(2021) : 15-30

Tidak menerapkan Komunikasi Islami kepada pelanggan membuat suatu usaha bisnis yang kurang berjalan, sehingga banyak toko yang tutup atau bahkan sepi, pedagang muslim yang tidak menerapkan interaksi yang baik tidak ramah, tidak perduli dengan pelangganya, sinis dan juga berkata kata kasar terhadp pelanggan, membuatu pelanggan tidak nyaman ingin membeli barang di pedagang muslim tersebut, banyak sekali peneliti lihat di Peukan Kota Langsa yang kurang melihat Komunikasi Islami tersebut, padahal jika dilihat dari Komunikasi Islami bahwa komunkasi islami ini adalah interaksi yang sangat mempengaruhi suatu usaha, dan jika dilihat dari peneliti dari omongan mereka adalah orang orang islam yang seharusnya mengetahui tata cara berkomunikasi dengan baik terhadap pelanggan yang membuat pelanggan nyaman dan tentram ketika ingin membeli, dan jika pedagang dengan penuh kelelah dan capek, tidak seharusnya pedagang melakukan hal tersebut.

Kurangnya implementasi Komunikasi Islami pada pedagang muslim di Kota Langsa, membuat banyak ketidak harmonisan dalam berdagang, karena tidak menerapkan Komunikasi Islami tersebut, dan ketidak jujuran dalam berdagang, manambah nambahkan atau melakukan kecurangan dalam berjualan, tidak sopan berbicara terhadap pelanggan, padahal jika dilihat dalam Komunikasi Islami, pelanggan muslim seharusnya melakukan interaksi dengan baik tanpa menyinggung pembeli atau pelanggan lainnya, dan juga tidak menerapkan tanggung jawab terhadap pembeli dan pedagang, menghina satu sama lain, dan saling menjatuhkan dagangan orang lain, mengakibatkan hubungan yang tidak harmonis dan juga tidak nyaman dan tentram, dan

membuat keributan dalam berdagang, tanpa adanya diskusi ataupun musyawarah.

Kurangnya implementasi Komunikasi Islami pada pedagang muslim di Kota Langsa yang ada di pasar tradisional, terdapat pedagang yang berbohong akan suatu kualitas barang, dan juga bahkan menggunakan kata kata kasar terhadap pelanggan dan tidak sopan, dan juga memfitnah atau menjelek jelekan pedagang lain, dan terlihat pedagang di Peukan Kota Langsa sangat jelas meremehkan pembeli dan juga tidak memerikan penjelasan yang jelas terhadap suatu produk yang dijual, dan tidak ramah dalam melayani pelanggan, hal itu yang membuat suatu bisnis yang tidak berkembang dikarenakan tidak menerapkan Komunikasi Islami, bahkan sering terlihat pedagang yang memarahin pelanggan yang sedang melihat terlebih dahulu serta sinis dalam melayanin pelanggan.

Berdasarkan fenomena ini, maka pentingnya mengkaji bagaimana penerapan Komunikasi Islami pada pedagang muslim dalam melayani pelanggan muslim di Peukan Kota Langsa, dan juga melihat tingkah laku dan tutur kata par pedagang dalam berinteraksi dengan pelanggan muslim, dan penelitian ini mengangkat judul dengan **”Implementasi Komunikasi Islami Pada Pedagang Muslim di Kota Langsa “**

B.IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka identifikasi masalah yang dijadikan bahan penelitianyaitu sebagai berikut:

1. Kurang terjalinnya Komunikasi Islami yang baik pada pedagang muslim di Peukan langsa, dengan tutur kata dan juga tingkah laku yang kasar terhadap pelanggan yang membuat pelanggan sakit hati atau merasa direndahkan, dan interaksi yang kasar,memaki dan juga berperilaku buruk terhadap pelanggan, tidak mendengarkan, dan tidak memperhatikan pelanggan, tidak ramah dan tidak jujur terhadap pelanggan.
2. Dikarenakan pedagang yang merasa capek atau lelah, atau bahkan pelanggan yang tidak jelas membuat pedagang melakukan hal itu, dan juga memarahi pelanggan, dan juga tidak jujur terhadap pelanggan yang membuat pelanggan tidak ingin membeli kepada pedagang tersebut, dan pedagang tersebut itulah yang tidak menerapkan Komunikasi Islami dan mencemarkan nama baik dagangan orang lain dikarenakan tidak mau kalah saing.

C.RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan pemaparan dari pendahuluan diatas,maka penelitian ini mengarah pada kajian secara metodologis dan juga ilmiah tentang Implementansi Komunikasi Islami pada pedagang muslim di Kota Langsa,sehingga munculah rumusan masalah, yaitu :

1. Bagaimana implementasi Komunikasi Islami pada pedagang muslim di Kota Langsa?
2. Bagaimana tingkah laku dan tutur kata pedagang muslim saat melayani pembeli di Kota Langsa?

D. TUJUAN PENELITIAN

Adapun yang menjadi Tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Mengindentifikasi implementasi Komunikasi Islami pada interaksi pedagang dan pembeli muslim di Kota Langsa.
2. Mengindentifikasi tingkah laku dan tutur kata pedagang saat melayani pembeli di Pasar Kota Langsa.

E. MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan berbagai kegunaan, baik secara teoristis dan juga praktis.

1. Teoritis : Penelitian ini dapat memperkaya literature akademik terkait Komunikasi Islami, khususnya dalam konteks perdagangan. Hal imi membantu membangun pemahaman tentang bagaimana prinsip prinsip islam diaplikasikan dalam aktivitas Komunikasi Islami. Dan penelitian ini memberikan wawasan tentang penerapan nilai nilai islam, seperti kejujuran, transparansi, dan sikap etis dalam interaksi perdagangan.
2. Praktis : Penelitian ini dapat menjadi pedoman bagi para pedagang muslim di Kota Langsa atau daerah lainnya untuk menerapkan Komunikasi Islami yang

berlandaskan pada nilai nilai Alquran dan Hadis, sehingga menciptakan hubungan bisnis yang berlandaskan kepercayaan dan keberkahan. Dengan Komunikasi Islami, pedagang dapat membangun hubungan yang lebih baik dengan konsumen melalui sikap jujur, ramah, dan tidak menipu. Ini berkontribusi pada kepuasan dan loyalitas pelanggan.

F.PENJELASAN ISTILAH

1.Implementasi

Implemantasi menurut beberapa pakar, seperti *Nurdin Usman* yang menyebutkan bahwa implementasi merupakan suatu aktivitas, aksi, dan tindakan, bahkan sudah adanya alat dalam menyelesaikan suatu masalah. implementasi tidak hanya didasarkan pada kegiatan saja, namun kegiatan yang sudah direncanakan agar tercapainya suatu tujuan.[8]secara sederhana menurut *Browned Dan Wildavsky*, menurutnya implementasi merupakan pelaksanaan atau penerapan, suatu perluasan aktivitas yang saling menyesuaikan.[9] Implementasi merupakan suatu penerapan. Berdasarkan pada penejelasan diatas, implementasi adalah suatu penerapan, aktivitas, aksi, dan tindakan yang tidak didasarkan dalam suatu kegiatan saja, dan implementasi dapat menghasilkan suatu kegagalan dan keberhasilan,bagaimana cara pelaku melaksanakan implementasi tersebut.

---

[8]"Urdin Usman, *Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum*, Jakarta: Grasindo, 2002, Hlm. 70

[9]Puspita et al., "*Pengembangan Aplikasi Penjadwalan Kegiatan Pelatihan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dengan Algoritma Genetika* (Studi Kasus: Bprtik)."

Implementasi yang disebut di dalam penelitian ini adalah implementasi yang diterapkan oleh pedagang muslim, melalui Komunikasi Islami terhadap pelanggan di Kota Langsa, dengan menerapkan Komunikasi Islami yang benar dalam melakukan perdagangan, dan implementasi itulah yang akan menghasilkan suatu keberhasilan ataupun kegagalan.

2. Komunikasi Islami

Komunikasi Islami menurut beberapa pakar, seperti pada kutipan dalam buku Komunikasi Islami, menyebutkan bahwa Komunikasi Islami adalah suatu penyampaian informasi yang dibangun atas prinsip prinsip islam, yang memiliki roh kedamaian, keislaman, keramahan, dan keselamatan. Berdasarkan Alquran dan As Sunah menjelaskan Komunikasi Islami adalah komunikasi yang berupaya membangun hubungan dengan diri sendiri, pencipta, dan serta dengan sesama menciptakan kedamaian, keselamatan, dan keramahan buat diri dan lingkungan dengan cara tunduk dengan allah dan rasulnya.[10]

Komunikasi Islami yang dimaksud didalam penelitian ini adalah suatu penyampaian informasi yang mana dapat menciptakan kedamaian, keislaman dan juga keselamatan, dengan menerapkan prinsip prinsip, seperti menerapkan kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dalam juga saling menghormati satu sama lain, tanpa menyakitkan hati pelanggan, karena sebagai pedagang muslim yang telah diterapkan Komunikasi Islami dalam dirinya, seharusnya menerapkan terhadap pelanggan, dengan menggunakan prinsip prinsip Komunikasi Islami.

[10] Hefni, *Komunikasi Islami: Teori dan Praktik (Yogyakarta: 2020)* hlm. 14-15

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A.GAMBARAN UMUM LOKASI / SUBJEK PENELITIAN

1. Sejarah PeukanKota Langsa

Pada dasarnya gampong Peukan Kota Langsa memang daerah pertokoan. Awalnya hanya toko yang tebuat dari kayu semi permanen. Selama berjalannya waktu semua telah menjadi pertokoan yang permanen. Gampong Peukan Kota Langsa adalah merupakan lokasi yang strategis. Letaknya tepat di pusat Kota Langsa. Segala macam aktivitas masyarakat Kota Langsa berpusat di gampong PeukanKota Langsa. Gampong Peukan Kota Langsa terdiri dari berbagai macam etnis. Mayoritas penduduknya adalah etnis Tionghoa yang sejak jaman dahulu telah menetap di Gampong Peukan Langsa.

Sebelum terbentuknya gampong Peukan langsa adalah merupakan kelurahan Peukan Langsa. Namun sejak tahun 2010 kumum, kelurahan Peukan Langsa berubah system pemerintahan menjadi Gampong Peukan Langsa. System pemerintahan Gampong Peukan Langsa berasaskan umum penyelengaraan pemerintah yang baik yaitu : asas keislaman, asas kepastian hukum, asas kepentingan umum, pada pola adat/ kebudayaan dan peraturan formal yang sudah bersifat umum, pemerintahan gampong dipimpin oleh Geuchik dan dibantu oleh kepala dusun. Imam mukim memiliki peranan yang cukup kuat dalam tatanan pemerintahan Gampong, yaitu sebagi penasehat baik dalam penetapan sebuah

kebijakan ditingkat pemerintahan Gampong dan dalam memutuskan sebuah putusan hukum adat.

Tuha peut menjadi bagian lembaga penasehat Gampong, tuha peut juga sangat berperan dan berwenang dalam member pertimbangan terhadap pengambilan keputusan-keputusan Gampong, memantau kinerja dan kebijakan yang dimbil oleh Geuchik. Imum masjid berperan mengorganisasikan kegiatan-kegiatan keagamaan. Urutan pemimpin pemerintahan Gampong Peukan Langsa atau Geuchik adalah sebgau berikut.

Daftar Nama-Nama Geuchik Dalam Pemerintahan Gampong Peukan Langsa

Nama Geuchik	Periode Pemerintahan
Syarifuddin, Z	2010 s/d 2016
Syarifuddin, Z	2016 s/d 2022
Lizam	2022 s/d Sekarang

Dari hasil penelusuran yang dilakukan oleh Tim Perencanaan Gampong, dengan mengacu kepada narasumber yang masih ada di gampong, maka sejarah kepemerintahan gampong Peukan Langsa yang dapat ditelusuri yaitu :

No	Tahun	Kepala Desa	Kondisi Pemerintahan	Narasumber
1.	2010 s/d 2022	Syarifuddin, Z	System pemerintahan sudah jalan. Sudah	Syarifuddin, Z

			ada struktur pemerintahan yang lengkap, masa jabatan Geuchik 6 tahun, berlaku UU No. 11 Tahun 2006, nama desa diubah kembali menjadi gampong dan gampong diwajibkan menyusun Perencanaan Pembanguna Gampong (RPJMG) dan RKPG serta penganggaran gampong (APBG)	
2.	2022 s/d Sekarang	Lizam	Masa jabatan Geuchik 6 tahun, belaku UU No. 11 tahun 2006, nama desa diubah kembali menjadi Gampong	Lizam

			dan gampong diwajibkan menyusun Perencanaan Pembangunan Gampong (RPJMG) dan RKPG serta penganggaran gampong (APBG)	

2. Letak Geografis PeukanKota Langsa

Gampong Peukan langsa merupakan gampong yang terletak ditengah tengah pusat kecamatan Kota Langsadengan luas wilayah 2 km persegi, adapun batas batas gampong Peukan langsa adalah sebagai berikut :

Utara : Dengan Gampong Teungoh

Selatan : Dengan Gampong Daulat

Timur : Dengan Gampong Blang Seunibong

Barat : Dengan Gampong PB Blang Pase

Jumlah dusun yang ada di Gampong Peukan Langsa terdiri atas lima dusun yaitu: Dusun Teuku Umar, Dusun Iskandar Muda, Dusun Pasar Baru Blok A, Dusun Pasar Blok B, Dusun Pasar Blok C.

Kondisi fisik dasar Gampong dari GampongPeukan Langsadapat kita lihat dari segi pemanfaatan lain, Gampong Peukan Langsa dengan luasnya 2 km persegi, dalam pemanfaatan lahan dikelompokkan ke dalam 2 bagian yaitu: Perumahan/ Pemukiman :1 km persegi, Pertokoan :1 km persegi. Bentuk permukaan jalan utama antar Gampong yang melalui Gampong Peukan Langsa sudah cukup bagus dengan teraspal.

Jumlah penduduk Gampong Peukan Langsa pada akhir tahun 2023 mencapai 888 jiwa, dengan komposisi penduduk laki laki sejumlah 478 jiwa dan perempuan sejumlah 410 jiwa, yang secara keseluruhan mencakupp dalam 260 kepala keluarga (KK) yang tersebar dalam lima dusun, yaitu dusun Teuku Umar, Iskandar Muda, Blok A, Blok B, Blok C.

3. Visi Dan Misi

Maksud penyusunan RKPG adalah

1) Melibatkan peran serta masyarakat dalam penyusunan rencana kerja tahunan gampong agar pelaksanaan pembangunan dan pemerintahan gampong mendapat dukungan masyarakat.
2) Upaya mencermati pagu indikatif gampong guna menyelenggarakannya dengan program/ kegiatan serta untuk memberikan dampak optimal bagi pencapaian tujuan dan saran dari masing masing program /kegiatan bersangkutan dapat terwujud.

3) Upaya mencermati ulang atas RPJMG yang telah disusun sebagai bahan pertimbangan/evaluasi perlu tidaknya dilakukan penyesuaian ulang atas RPJMG yang telah disusun sebelumnya.

Tujuan penyusunan RKPG adalah

1) Menyusun dokumen perencanaan pembangunan yang memberikan arah kebijakan keuangan gampong, strategi pembangunan gampong, sasaran-sasaran strategis yang ingin dicapai selama enam tahun.
2) Memberikan arah kebijakan umum anggaran dan pagu anggran program/kegiatan pembangunan gampong selama satu tahun ke depan.
3) Sebagai landasan penyusunan ususlan program/ kegiatan beserta pagu indikatif masing masing kegiatan yang dituangkan dalam APBG.
4) Sebagai media informasi arah dan sasaran pelaksanaan pembangunan dalam kurun waktu satu tahun kedepan.

B. Implementasi Komunikasi Islami Pada Pedagang Muslim di Kota Langsa

Berikut data data hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap pedagang muslim terhadap pembeli di Peukan Kota Langsa. Peneliti melakukan wawancara serta observasi terhadap pedagang muslim serta pembeli Peukan Kota Langsa, mengenai penerapan Komunikasi Islami pada pedagang muslim di Kota Langsa, peneliti mengajukan pertanyaan fundamental seputar Komunikasi Islami pada pedagang muslim di Kota Langsa.

Sumber data yang digali dengan mewawancarai salah satu pedagang muslim di Kota Langsa sebagai key informant, yang memberikan rekomendasi

pedagang muslim lainnya yang menerapkan Komunikasi Islami di Peukan Kota Langsa, dan juga mewawancarai beberapa pembeli sebagai bukti dalam penelitian ini, bahwa sesungguhnya benar para pedagang di Peukan Kota Langsa menerapkan Komunikasi Islami di Peukan Kota Langsa, peneliti juga menggali informasi menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil wawancara bersama Ibu Afnidar selaku pedagang muslim di Peukan Kota Langsa dan serta menjadi *key informant* pada penelitian ini, dalam menerapkan Komunikasi Islami ketika berkomunikasi dengen konsumen yang hendak melakukan pembelian pada pedagang alat tulis. Peneliti melakukan wawancara tentang bagaimana penerapan komunikasi pada pedagang muslim di Kota Langsa, narasumber menjelaskan :

" Komunikasi Islami yang saya pahami itu adalah bentuk berbicara dengan mengkaitkan keislaman seperti kejujuran, keadilan, dan juga lemah lembut terhadap pelanggan, maka dari itu yang membuat toko saya ini ramai dan orang selalu kembali datang, jika untuk harga yang sewajarnya pedagang mengambil keuntungan, ya walaupun tidak banyak, namun diluar sana banyak sekali yang bilang toko saya ini mahal, padahal itu sudah diharga normal, jika ada yang ingin melihat modal dengan Bapaksaan yang mau tidak mau saya harus melihatkan modal tersebut."

Kedua : hasil wawancara yang direkomendasi oleh key informant. Yaitu Bapak Adam selaku pedagang toko baju, yang menerapkan Komunikasi Islami pada saat melayani pelanggan dengan menggunakan 6 prinsip Komunikasi Islami.

" *saya beragama islam, dalam menjalankan usaha abang, ya abang pastinya menerapkan kejujuran, karena ditoko abang ini kejujuran itu paling penting, dan dalam melayani pelangganm yang saya sejujur jurnya aja apa adanya aja, dan untuk tata kerama di toko abang yaa harus dilihat, abang engga pernah menrapkan berbicara dengan pelanggan dengan intonasi tinggi, karena nantinya pelanggan nggak mau balek lagi, dan dari dasr kejelasan untuk menjelaskan barang yang abang mengikuti bagaimana cara menjelaskan sehingga dia mengerti, dan kalok ada pelanggan yang menghina dagangan abang ya abang sabar aja, engga marah cumin ya dianggap itu sudah biasa, emang dilihat banyak kali sih, dipajak pajak yang kurang menerapkan Komunikasi Islami itu, tapi abang ya tetap menerapkam Komunikasi Islami itu di toko abang, dan tetap kualitas dan kepercayaan itu sangat penting ditoko saya, saya mengerti Komunikasi Islami itu apa, itulah yang membuat toko saya ramai pembeli, karna jujur saya tidak pernah menipu atau merusak kepercayaan pelanggan saya."*

Ketiga : hasil wawancara dari rekomendasi key informant, yaitu ibu Saodah selaku penjual jilbab, buk saodah adalah pedagang muslim yang menerapkan Komunikasi Islami terhadap pembelinya.

“ ibu nak, orang mau kata apapun itu, kejujuran di toko ibu paling wajib dijaga, kalau ada yang tidak berkenan ibu tidak mau banyak banyak cakap, mau belik ya belik, kalau tidak juga tidak apa, kita ni emang kalok jualan ya emang harus jujur, kalok memang rusak yang bilang itu barang rusak, dan emang disini cukup banyak yang menjengkelkan emang, tapi ya harus sabar, kalau lemah lembut saya bukan orang yang lemah lembut tapi ya lebih kesopan aja, saya lihat emang banyak di pasar pasar tu banya kali ucapkan kata kata kasar, tapi kalau ditoko saya tidak mau saya mengucapkan kata kata kasar, ya walaupun saya kejam, tapi hal itu tidak akan terjadi ditoko saya, dan untuk kejelasan dalam berbicara dengan pelanggan dan membuat pelanggan yakin ya semua orang bialng jika saya udah jelasin, siapa yang engga paham.”

Keempat :Bapak Putra penjual parfum yang memang ramai sekali pembeli yang hadir di tempat toko dia, dikarenakan menerapkan Komunikasi Islami pada pelanggan pelanggan muslim ataupun non muslim.

“ abang emang udah menerapkan Komunikasi Islami ini udah lama, masalah kejujuran itu abang terapkan di toko abang, jangan kan terhadap pelanggan, terhadap staff abang aja itu emang abang terapkan, kalau dari sopan santun abang terapkan dengan ya abang layanin, abang service dengan baik, dan kalok penjelasan ya pasti abang jelaskan dengan baik sehingga dia nggak ambigu dengan perkataan abang, dan tata karma itu adalah no 1 bagi kami, untuk hal hal yang jelek yang diluar sana tentang toko kami ya kami biarin aja, yang penting kami untuk menrapkan komunikasi yang baik dengan pelanggan, abang tau memang diluar sana, apalagi dipajak itu banyak kali orang orang yang suka suka hati dia, tapi kalau disini abang engga akan kecewain pelanggan, bahkan pelanggan itu bolak balik bali parfume diabang, kalau dari segi harga ya itu kalau mahal yang emang, karna dari barang yang berkualitas, kalok dari penjelasan yang pasti jelas, dan abang engga mau nipu nipu, atau ucapkan kata kata kasar ke pelanggan, nanti yang ada buat pelanggan lari, dan engga nyaman.”

Dapat disimpulakan dari wawancara dengan pedagang muslim di Peukan Kota Langsa, inilah contoh contoh prinsip Komunikasi Islami yang diterapkan oleh mereka adalah kejujuran dalam menyampaikan perihal harga, barang yang berkualitas, melayani pelanggan dengan baik, tidak kasar terhadap pelanggan. Meraka juga tetap menerapkan Komunikasi Islami ketika sedang berkomunikasi dengan konsumen yang Bergama muslim maupun non muslim.

Adapun hasil observasi di lapangan yang dilakukan oleh peneliti sesuai dengan hasil wawancara dengan pembeli di Peukan Kota Langsa, yaitu sebagai berikut :

Kelima :Bapak fachrul pembeli di toko alat tulis milik ibu afnidar, ia mengatakan *" ia memang jika belanja di toko ibu nidar ini memang pelayanannya sangat bagus, abestu barang barangnya kalok udah enggaa laku itu, ya dikasi kepelanggan pelanggan dengan harga murah, menurut saya Komunikasi Islami itu tidak hanya untuk pedagang saja, namun ya untuk pembeli juga harus diterapkan, respn saya kalau ada pedagang yang tidak menerapkan Komunikasi Islami ini ya saya tidak mau membelinya, nagapain kan, untuk pengaruh saya pun tidak tau yaa, tapi kalau contoh pedagang yang menerapkan Komunikasi Islami terhadap saya, ya pastinya kaya saya di hormati, jujur, engga bohong, ngomong apa adanya, ya gitu sih."*

Dapat disimpulkan hasil dari wawancara diatas bahwa Komunikasi Islami yang paling menonjol yang dilakukan pedagang muslim di Peukan Kota Langsa kepada konsumen yang membeli dagangan mereka adalah kejujuran seperti menyampaikan harga, dan tidak ada yang dikurangin, berbicara dengan apa adanya, dan sopan terhadap pelanggannya, dan juga menjelaskan suatu produk dengan jelas dan juga tanpa berbicara kasar terhadap pelanggan.

C. Tingkah laku dan tutur kata pedagang Muslim saat melayani pembeli di Kota Langsa

Tingkah laku dan tutur kata pedagang muslim saat melayani pembeli di Kota Langsa sangat penting diperhatikan, agar banyak konsumen yang datang dan tertarik mendatangkan toko tersebut. Dan tingkah laku dan tutur kata yang harus dijaga, menjadi prinsip dalam Komunikasi Islami.

Oleh karena itu setelah mewawancarai pedagang alat tulis Ibu Afridar, menjelaskan bagaimana tingkah laku dan tutur kata Ibu Afrida kepada pembeli di Kota Langsa, terlihat di pasar Kota Langsa yang minim sekali akan hal tutur kata dan juga tingkah laku pata pedagang muslim saat melayani pembeli di Kota Langsa, namun berbeda dengan penerapan Komunikasi Islami Ibu Afnidar yang menerapkan tingkah laku dan tutur kata yang baik saat melayani pembeli di Kota Langsa.

“ saya untuk melayani pembeli atau pelanggan yang saya jaga terlebih dahulu adalah tingkah laku saya, tidak jahat atau berkata kasar, dan melakukan pelanggan sesuka hati saya, dan menjaga lisan saya, agar pelanggan mau berbelanja dengan saya.”

Dan Bapak Adam selaku informan kedua yang menerapkan Komunikasi Islami pada dagangannya, Bapak Adam sangat mennjaga tata kerama yang baik, di toko Bapak Adam, kesopanan dan tutur kata sangat di proritaskan, bahkan tak ada satu pelanggan pun yang kecewa dengan dagangaN Bapak Adam, Bapak Adam sangat menjalin hubungan dengan pedagang atau pembeli lainnya dengan baik.

“abang disini tutur kata dan tingkah laku sangat abang jaga, apalagi jika abang menerapkan itu maka, insya allah toko abang ramai terus, dan abang dalam melayani pelanggan yang menghina dagangan abang ya abang sabar aja, lagian juga kita hanya bisa membuktikan jika emang dagangan yang kita miliki emang benar benar bagus dan berkualitas”.

Ketiga, Ibu Saodah pedagang jilbab yang memiliki karakteristik dalam berjualan dengan menerapkan Komunikasi Islami, Ibu Saodah sangat berpegang teguh dengan tutur kata dan juga menjaga pelanggannya, agar pelanggan yang ia miliki, tidak lari ke orang lain, sebab tingkah laku dan tutur kata pedagang

sangat mempengaruhi suatu dagangan, sehingga tutur kata dan tingkah laku menjadi hal yang harus diperhatikan bagi pedagang muslim di Kota Langsa.

"ibu, kalau tingkah laku karyawan ibu tidak bagus yaa, ibu langsung bawak dia diskusi, kalau emang nggak dipahami yang terBapaksa ibu pecat, agar tidak terjadi apa yang ibu inginkan, jangan gara gara dia nantinya berpengaruh di toko ibu, ibu aja baik sama pelanggan, sedangkan dia mau sesuka hati dia, ya mana bisa gitu".

Menurut ibu saodah dalam berjualan ini sangat harus menerapkan Komunikasi Islami kepada pelanggan sesuai dengan syariat islam, menerapkan 6 Qaulan didalam suatu Komunikasi Islami tersebut.

Keempat, Bapak Putra penjualan parfum yang melayani pelanggan dengan tutur kata yang baik, dan juga tingkah laku yang sopan dalam melayani pelanggan, bagi Bapak putra dalam melayani pelanggan sopan, dan berbicara dengan lemah lembut harus sangat diperhatikan, karena jika tidak menggunkan tutur kata dan tingkah laku yang baik itu akan membuat pelanggan tidak ingin kembali untuk membeli. Bahkan dari raut wajah saja sudah terlihat jika pedagang tidak menerapkan tutur kata dan tingkah laku yang baik.

"kadang tu, Bapak suka kesal dengan pedagang pedagang lainnya, yang menerima pelanggan dengan muka jutek, memilih milih pelanggan, itulah yang buat sakit hati para pelanggan lho, Bapakkalau emang ada pelanggan yang harus Bapak lakuin itu senyum, bikin dia nyaman masuk kedalam toko parfum Bapak, dan menanyakan apa yang bisa dibantu? Dan kalau dia tidak jadi membeli yasuadh, katakana saja terima kasih sudah meluangkan waktu, itu yang buat pelanggan senang"

Menurut Bapak Fachrul, selaku pembeli parfum di Peukan Kota Langsa, menyatakan bahwa Komunikasi Islami yang diterapkan pada pedagang muslim itu

harus diterapkan, dan juga ketika Komunikasi Islami tidak diterapkan, maka memuat pedagang muslim tidak dihargai dan tidak diperdulikan.

"saya pernah membeli di pedagang, yang emang tidak sopan, saya malah benci, soalnya cara dia melayanin saya pun tidak ramah, ditanyain harga malah dijawab dengan ketus, dan juga saya pernah tu ada pedagang yang emang, ketika sedang saya membeli, dia memaki pelanggan lain. Dari situ aku engga mau lah melanjutkan beli di tempat pedagang itu. "

Menurut Bapak Fachrul, selaku pembeli seharusnya pedagang melayani konsumen dengan baik, jujur sopan santu, tidak menggunkana kata kasar, Bapak Fachrul seorang yang tidak terlalu memahami Komunikasi Islami. Namun sedikit halnya Bapak Fachrul memahami dasar dasar itu.

" saya emang tidak paham Komunikasi Islami, tapi kalau saya melihat pelanggan yang tidak menerapkan Komunikasi Islami seperti yang adek katakan, saya melihat nya malas untuk membeli ditempat nya, soalnya emang banyak kali pedagang-pedagang muslim saat ini yang nggak ada etika nya".

D. Analisis Penulis

1.Implementasi Komunikasi Islami pada Pedagang Muslim di Kota Langsa

Penelitian yang dilakukan penulis di PeukanKota Langsa mendapati bahwa implementasi yang di bangun oleh Pedagang Muslim di Kota Langsa saling berkaitan dengan Komunikasi Islami jalalludin rahkmat. Yang menunjukkan bahwa

Komunikasi Islami yang diterapkan, melibatkan kemampuan para pedagang muslim untuk melakukan tindakan tertentu, merubat tindakan para pedagang muslim dalam melayani pembeli muslim di Kota Langsa dalam menerapkan 6 prinsip komunikasi islami*qaulan sadidan, qaulan karimah, qaulan baligha, qaulan maysura, qauran layyina, qaulan ma'rufan*. Contohnya melakukan kejujuran terhadap pelanggan yang sedang membeli dengan menyebutkan harga yang sesuai tanpa adanya penpuan, dan tanpa mengurang ngurangin prosuk yang dibeli. Dalam Komunikasi Islami sangat diharuskan menerapkan Komunikasi Islami pada pedagang muslim di Kota Langsa, banyak sekali diantara mereka yang emang tidak menerapkan Komunikasi Islamidi Kota Langsa, tidak menerapkan ke-6 prinsip Komunikasi Islami. Komunikasi Islami yang dipahami sebagai orang orang yang berinteraksi dengn menggunakan 6 prinsip Komunikasi Islami, yang ada didalamnya kejujuran, tanggung jawab, jelas, berkata dengan lemah lembut tanpa nada tinggi, sehinggalah terbentuk lah Komunikasi Islami pada pedagang muslim tersebut.

1) Qaulan sadidan (Berbicara Benar)

Pedagang muslim di PeukanKota Langsa selalu menerapkan kejujuran pada para pembeli dan pedagang menerapkan prinsip Komunikasi Islami pada qaulan sadidan ini, dan pedagang selalu memperhatikan pelanggan pelanggan agar tidak kecewa dengan apa yang mereka inginkan, dengan mereview barang dengan kejujuran, tanpa

bohong kepada pelanggan. Sesuai dengan penelitian yang diteliti oleh peneliti, pedagang Kota Langsa pada PeukanKota Langsa dalam berinteraksi sangat menerapkan kejujuran atau berbicara dengan benar. Agar pelanggan tidak kecewa, serta tidak percaya dengan pedagang tersebut.

2) Qaulan baligha (Berbicara dengan Jelas dan Tepat)

Berbicara dengan jelas dan tepat atau Qaulan Baligha, para pedagang berbicara dengan jelas terhadap pelanggan agar pelanggan mengerti dan memahami apa yang sedang di review oleh pelanggan tersebut, dan pelanggan tidak ambigu dengan perkataan pedagang terebut, dari analisis penulis bahwa pedagang menggunakan prinsip Komunikasi Islami pada berbicara dengan jelas dan tepat, jika ada kata yang tidak jelas, Pedagang Peukan mengulang kembali apa yang dia bicarakan, dan tidak marah jika di suruh mengulang kembali perkataan yang disampaikan. Dan dari pelanggan sendiri jia ada interaksi yang tidak jelas pelanggan akan meminta mengulang kembali pembicaraan yang disampaikan oleh pedagang tersebut, maka dari itu pedagang muslim telah menerapkan Qaulan Baligha pada interaksi Komunikasi Islamimi terhadap melayani pelanggan.

3) Qaulan ma’rufan (Berbicara dengan Baik dan Benar)

Prinsip berbicara dengan baik dan benar (Qaulan Ma’rufan) dari analisis penulis, para pedagang dalam hasil peneliti yang diteliti oleh peneliti,

pedagang Peukan menggunakan bahasa yang baik dan benar jika mereka melayani konsumen agar konsumen tidak marah dengan pelayanan yang diberikan, dan jika pun ada perkataan yang harus dibenarkan walaupun tidak menyenangkan, pedagang tetap mengatakan kejujuran tersebut, walaupun memiliki efek samping terhadap pedagang tersebut, karna bagi pedagang Peukan berbicara dengan baik dan benar point pertama, bagi pelanggan untuk menbuat pelanggan tidak kecewa dengan pelayanan yang diberikan .

4) Qaulan karima(Berbicara dengan Hormat)

Prinsip Qaulan Karima berbicara dengan hormat, pedagang muslim pada Peukan Kota Langsa menerapkan komunikasi dengan Qaulan Karimah terhadap pelanggan, dari analisis penulis qaulan karimah yang diterapkan oleh pedagang musllim di Peukan Kota Langsa masih diterapkan dengan hormat namun, dari pedagang lainnya. Banyak pedagang yang memang jarang menggunakan prinsip komunikasi ini, dari berbicara yang tidak sopan atau bahkan tidak melayani pelanggan, sehingga membuat pelanggan kecewa dengan pedagang. Namun, dari hasil wawancara, observasi, dan juga dokumentasi yang sudah tertera dibawah menyakini sesungguhnya pedagang Peukan Kota Langsa menggunakan Komunikasi Islami pada Qaulaan Karima.

5) Qaulan layyina (Berbicara dengan Lembut dan Santun)

Pada pedagang Kota Langsa dari hasil obsevasi, wawancara, serta dokumentasi yang sudah tertera, dari analisis penulis, pedagang berbicara

dengan bahasa yang lembut. Namun, pedagang PeukanKota Langsa sangat berpengaruh dari pelanggannya, bagaimana pelanggan merespon komunikasi yang disampaikan oleh pedagang, banyaka sekali pedagang yang memang tidak berbicara dengan lembut, jika dikaitkan bahwa implementasi Komunikasi Islami pada prinsip Qaualan Layyina, pedagang Peukan Kota Langsa kurang berbicara dengan lemah lembut atau dengan santun, mereka melihat terlebih dahulu bagaimana pelanggan menanggapi informasi dari pedagang. Maka dari itu untuk prinsip Qaulan Layyina pedagang Peukan langsa, kurang menerapkan hal ini.

6) Qaulan maysuran (Berbicara dengan Ukuran yang Tepat)

Qaualan Maysuran, berbicara dengan tepat membuat pelanggan harus jujur dan juga transparan dengan harga barang yang di jual, dan wajib mengakui kesalahan, jika di lihat dari analisis penulis, penulis meneliti akan sebuat wawancara yang dilakukan pada Peukan langsa, bahwa pedagang sangat menerapkan kejujuran dan transparan sesuai yang dikatakan oleh ibu pedagang alat tulis, yang mengatakan bawa ketiga itu sangat penting dilihat, dan juga jika dilihat banyak sekali memang orang orang yang kurang akan menerapkan kejujuran dan juga transparan harga. Jika ditanya modal dan juga biaya lainnya, ibu dang jujur dan juga transparan. Namun, hal itu tidak menjadi informasi umum.

2. Tingkah Laku dan Tutur Kata Pedagang Muslim saat Melayani Pembeli di Kota Langsa

Tingkah laku dan Tutur kata pedagang muslim saat melayani pembeli di Kota Langsa, mereka menerapkan tingkah laku dan tutur kata yan baik terhadap pelanggan, dengan sopan santun, jujura dan transparan terhadap pelanggan, sabar denag pelanggan, namun jika pelanggan tersebut berlebihan maka pedagang mempunyai hak unruk tidak memperdulikan pelanggan tersebut, dari analisis penulis, pedagang Peukan Kota Langsa juga sanagta menghargai waktu pelanggan. Dan dari analis penulils mengenai tutur kata, pedagang sanagta menggunkan bahasa yang sopan, namun jika dikaitkan denngan mengucapkan salam, banyak sekali pedagang yang tidak mengucapkan salam, namun dilihat dari bahsa yang jujur, pedagang juga menerapkan perkataan yang jujur kepada pelanggan, dan juga dari hasil observasi, mengucapkan terimakasih sangat jarang digunakan oleh pedagang tersebut. 6 prinsip Komunikasi Islami

1) Qaulan Sadidan (Perkataan yang benar dan tepat)

   Dari analisis penulis mengenai tutur kata dan tingkah laku pedagang muslim di Kota Langsa yang menerapkan kejujuran pada pelanggan dan jiga tepat sesuai yang diinginkan oleh pembeli, dari hasil wawancara dan observasi pedagang Peukan Kota Langsa menerapkan Komunikasi Islami terhadap pelanggan, dengan kejujuran, dan juga tidak melakukan kecuranga, dan memeberikan penjelasan seahingga membuaut pelanggan, percaya dengan pedagang, dan juga dari tutur kata pedagang muslim di Kota Langsa memang jarang sekali untuk menyapa dengan “assalamualaikum” namun lebih kepada “ cari apa bang/ dek/kak /buk/Bapak”. Yang mana Qaulan Sadidan bagi pedagang yang

menerapkan prinsip tersebut, agara dapat membangun kepercayaan dan juga loyalitas pelanggan, serta mencerminkan nilai nilai islam yang mulia.

2) Qaulan Baligha (Perkataan yang Bijak)

Qaulan Baligha yang diterapkan oleh pedagang muslim di PeukanKota Langsa mungkin masi banyak yang kuarang menerapkan prinsip ini, karena Qaulan Baligha ini juga suatu perkataaan yang bijak. Namun, dari hasil penelitian yang diteliti oleh peneliti bahwa pedagang PeukanKota Langsa menerapkan prinsip Qaulan Baligha ini kepada pelanggan seperti tingkah laku yang sopan dan hormat dan juga jujur dan transparan dengan pelanggan, dan sabar dan telaten, dari tutur kata menggunkana bahasa yang sopan, mengucapkan salam, dan menggunakan bahasa yang lemah lembut tanpa menyakitkan pelanggan.

3) Qaulan Ma'rufan (Perkataan yang baik dan indah)

Dari analisis penulis dengan adanya observasi dan wawancara, pedagang muslim Peukan Kota Langsa telah menerapkan qaulan ma'rufan ini kepada pelanggan muslim, sesuai juga denga wawancara dengan pelanggan lainnya, pedagang Peukan Kota Langsa menggunakan bahasa yang baik dan juga indah, menjunjung para pelanggan yang datang.

4) Qaulan Karima (Perkataan yang mulia)

Pedagang sangat menggunkana perkataan perkataan yang mulia disaat mereka melayani pelanggan, dengan tutur kata dan tingkah laku yang baik dengan interkasi kepada pelanggan denagn baik, dan juga menggunakan perkataan yang muslia, tanpa menyakiti hati pelanggan, sehingga tidak adanya kesalah pahaman anatara pelanggan dan pembeli.

5) Qaulan Layyina (Perkataan yang Lembut)

Dari analisis penulis mengenai perkataan yang lembut, para pedagang pada Peukan Kota Langsa kurang menggunkan bahsa yang mebut, namun tetap menggunkan bahasa yang baik, dengan bahasa bahasa yang enak di dengar, namun dari segi lemah lembut mungkin hanya satu orang atau dua orang yang menggunkan bahasa yang lembut, dikarenakan banyak diantara mereka yang kurang paham apa itu komunikasi islami.

6) Qaulan Maysuran (Perkataan yang Tepat dan Jelas)

Qaulan Maysuran dari analisis peneliti bahwa pedagang muslim di Peukan Kota Langsa telah menerapkan tingkah laku dan juga tutur kata yang tepat dan jelas kepada pelanggan, dengan menjelaskan suatu dagangan nya kepada pelanggan, agar tidak terjadinya ambigu antara pelanggan, dan juga menjelaskan informasi dengan tepat.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penyajian data, analisis dan pembahasan temuan yang diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi yang dilakukan peneliti dapat ditarik beberapa kesimpulan sesuai dengan penelitian "Implementasi Komunikasi Islami Pada Pedagang Muslim di Kota Langsa" sebagai berikut :

1. Implementasi Komunikasi Islami pada pedagang muslim di Kota Langsa pada studi kasus pedagang di Peukan Kota Langsa, berhasil menerapkan Komunikasi Islami sebagai strategi utama dalam perdagangan di Peukan Kota Langsa. Mereka secara konsisten menerapkan prinsip Komunikasi Islami dengan menggunakan 6 prinsip qaulan dalam Komunikasi Islami, seperti *qaulan sadidan, qaulan baligha, qaulan ma'rufan, qaulan layyina, qaulan maysuran, qaulan karima,* sehingga menciptakan linkungan yang mendukung kepercayaan konsumen atau pelanggan dan dapat meningkatkan performa penjualan, namun bagi pengucapan salam dan juga terimakasi jarang sekali terucap dengan pedagang pedagang ini. dan juga melibatkan penghormatan terhadap kebutuhan konsumen, kejujuran dalam memberikan informasi, dan menciptakan hubungan yang berlandaskan saling menghormati, dalam layanan pelanggan dan proses penjualan, dan juga pelanggan yang diwawancarai, banyak diantara mereka yang memang tidak atau kurang mengerti apa yang dimaksud dengan Komunikasi Islami, bagaimana penerapannya, tetapi pada prinsip prinsip Komunikasi Islami, mereka sudah menerapkan komuniaksi islami pada pelanggan.

2. Tingkah laku dan tutur kata pedagang muslim saat melayani pembeli di Kota Langsa berhasil juga diterapkan oleh pedagang yang ada di Peukan Kota Langsa, sebagaimana mereka bertingkah laku dengan sopan, saling menghormati, dan tidak mengambil tindakan kekerasan ketika, suatu usaha yang dibangun di jatuhkan sama pelanggan lainnya. Dan mereka melayani pelanggan dengan senang hati, serta tanpa adanya emosi didalamnya, walau terkadang ada pelanggan yang sedikit menjengkelkan yang membuat suasana pedagang menjadi sedikit tegas dalam mengambil keputusan. Dan informan yang diteli dalam penelitian ini, sangat menjaga tutur kata meraka, agar tidak menyakiti pelanggan, dan juga tidak membuat pelanggan kecewa, mereka menggunakan tutur kata yang lemah lembut dan juga jelas, tanpa adanya kesalah pahaman, jika ada kesalah pahaman dalam berbicara, mereka siap untuk mengulang kembali, agar pedagang mampu memahami komunikasi yang pedagang sampaikan.

B. Saran

Berikut ini adalah beberapa saran dari peneliti terkait dengan skripsi yang berjudul " Implementasi Komunikasi Islami Pada Pedagang Muslim di Kota Langsa"

1. Penulis harus melakukan survey yang lebih mendetail lagi, dan harus bisa mengkritisi informan dengan pertanyaan-pertanyaan yang lebih mendalam lagi.
2. Penulis berharap Komunikasi Islami yang terjalin pada pedagang muslim di Kota Langsa, termasuk pada Peukan Kota Langsa, tempat penelitian peneliti bisa berjalan secara efektif agar dapat menarik pelanggan pada dagangan tersebut, dan selalu menerapkan 6 prinsip Komunikasi Islami*: qaulan sadidan, qaulan baligha, qaulan ma'rufan, qaulan karimah, qaulan maysura, qaulan layyina*.
3. Diharapkan bagi kepala Geuchik Peukan langsa, dapat memantau pedagang pedagang muslim, agar terciptanya lingkungan yang damai, kondusif, dan juga tentram, agar dapat terjalinnya hubungan yang baik bagi pedagang dan pembeli, dan dapat menerapkan Komunikasi Islami tersebut pada Peukan Kota Langsa.

Dalam penelitian ini, penulis memberikan saran kepada pembaca yang nantinya menggunakan penelitian ini sebagai bahan rujukan terkait dengan implementasi Komunikasi Islami pada pedagang muslim. Hal yang perlu diingatkan adalah, bahwasanya penelitian ini belum mencapai tingkat sempurna dan masih memerlukan pemahaman mendalam lagi terkait dengan konteks ini.

DAFTAR PUSTAKA