

Komunikasi Negosiasi Dalam Perspektif Islam

Wawan Lulus Setiawan¹⁾; Harmonis²⁾

Universitas Koperasi Indonesia¹⁾

Universitas Pasundan²⁾

wawanlulus@ikopin.ac.id

ABSTRAK

Komunikasi adalah satu elemen penting dalam kehidupan manusia. Setiap manusia sudah pasti akan melakukan komunikasi sama ada secara lisan maupun bukan lisan. Namun, ada dalam kalangan masyarakat hari ini tidak mengindahkan prinsip-prinsip yang perlu dipatuhi ketika berlangsungnya komunikasi. Negosiasi digunakan untuk menjembatani kepentingan yang berbeda, antara produsen dengan konsumen. Etika bisnis menjadi sesuatu yang penting di era persaingan bisnis yang semakin ketat ini. Banyaknya kasus pelanggaran dalam dunia bisnis yang telah menimbulkan dampak buruk saling merugikan, ini memunculkan pentingnya kesadaran etika bisnis. Berbisnis di era disrupsi membutuhkan Etika Bisnis Islam agar dapat mencapai keuntungan bisnis tanpa saling menghancurkan. Islam mengajarkan untuk jujur, amanah dan adil dalam berbisnis dan menghindarkan dari hal hal manipulasi, membahayakan, spekulatif, monopoli dan penimbunan, dan riba. Islam memberikan suatu batasan atau garis pemisah antara yang boleh dan yang tidak boleh, yang benar dan salah serta yang halal dan yang haram.

Kata Kunci : Komunikasi, Negosiasi, Etika Bisnis, Perspektif Islam

ABSTRACT

Communication is an important element in human life. Every human being is bound to communicate either verbally or non-verbally. However, today's society does not ignore the principles that need to be adhered to when communication takes place. Negotiation is used to bridge different interests, between producers and consumers. Business ethics are important in this era of increasingly fierce business competition. The many cases of violations in the business world that have caused adverse impacts on each other, this raises the importance of business ethics awareness. Doing business in the era of disruption requires Islamic Business Ethics in order to achieve business profits without destroying each other. Islam teaches to be honest, trustworthy and fair in doing business and to avoid manipulation, harm, speculation, monopoly and hoarding, and usury. Islam provides a boundary or dividing line between what is allowed and what is not allowed, what is right and wrong and what is halal and haram.

Keywords: Communication, Negotiation, Business Ethics, Islamic Perspective

PENDAHULUAN

Komunikasi adalah aspek fundamental dalam kehidupan manusia yang melibatkan pertukaran informasi, gagasan, dan perasaan antara dua atau lebih orang. Kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif sangat penting untuk membangun hubungan, menyelesaikan masalah, dan mencapai kesepakatan di berbagai bidang, baik dalam kehidupan pribadi maupun profesional. Salah satu bentuk komunikasi yang paling rumit adalah negosiasi, yang melibatkan interaksi untuk mencapai kesepakatan antara pihak-pihak dengan kepentingan atau pandangan yang berbeda.

Negosiasi melibatkan lebih dari sekadar pertukaran opini; ini juga merupakan seni berkomunikasi dengan efektif, di mana setiap pihak berusaha menyampaikan posisi dan kepentingannya dengan cara yang dapat diterima oleh pihak lain. Selama proses ini, komunikasi yang baik sangat penting untuk mencapai kesepakatan dan solusi yang saling menguntungkan. Teknik-teknik komunikasi seperti persuasi, argumentasi, dan kompromi sering digunakan untuk mencapai hasil yang diinginkan dalam negosiasi.

Dalam perspektif Islam, komunikasi—termasuk dalam konteks negosiasi—memiliki dimensi moral yang mendalam. Al-Qur'an dan hadis menekankan pentingnya menjaga etika dalam berbicara dan berinteraksi, seperti bersikap jujur, adil, dan mengutamakan musyawarah (syura) dalam menyelesaikan perbedaan. Prinsip-prinsip ini menjadi dasar bagaimana seorang Muslim seharusnya melakukan negosiasi, tidak hanya untuk kepentingan pribadi tetapi juga memastikan bahwa proses dan hasilnya sesuai dengan nilai-nilai keadilan dan kebaikan bersama.

1. Di era globalisasi yang semakin kompleks, studi tentang komunikasi dalam negosiasi dari perspektif Islam menjadi sangat relevan. Prinsip-prinsip Islam dalam negosiasi dapat menawarkan pendekatan alternatif yang mengutamakan etika, musyawarah, dan keadilan dalam proses komunikasi untuk mencapai kesepakatan yang bermanfaat bagi semua pihak. Oleh karena itu, artikel ini bertujuan untuk mengeksplorasi penerapan konsep-konsep Islam dalam komunikasi negosiasi dan relevansinya dalam konteks negosiasi modern, terutama mengenai beberapa aspek yang mencakup bagaimana konsep komunikasi negosiasi dalam perspektif Islam, apa saja prinsip-prinsip komunikasi dalam perspektif Islam dan bagaimana etika negosiasi dalam Islam. Kajian ini dilakukan dengan metode studi literatur.

METODE PENULISAN

Pada kajian ini metode yang digunakan adalah Studi Literatur yang dimana menurut Bungin (2008) metode studi literatur adalah metode untuk pengumpulan data yang digunakan untuk menelusuri data historis. Sedangkan Sugiyono (2004) mengemukakan literatur merupakan catatan peristiwa lalu yang berbentuk tulisan, gambar atau karya monumental lain. Metode ini digunakan untuk memberikan pengetahuan mengenai studi empiris yang telah dilakukan mengenai media pembelajaran yang menggunakan pendekatan moodle untuk meningkatkan efektivitas pembelajaran. Artikel yang digunakan dalam penelitian ini seperti jurnal – jurnal yang terdapat pada *Google Scholar*.

PEMBAHASAN

a. Pengertian Komunikasi dan Negosiasi

Pemaparan dari Effendy, Komunikasi berasal dari bahasa Latin yaitu *communication*, dari kata *communis* yang diartikan sama, pengertian sama dimaksud adalah sama makna. Dalam bahasa Inggris disebut *communication*. Komunikasi menurut Harold Laswell dalam Mulyana (2013:69) mengatakan bahwa “Cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan pertanyaan berikut:

“*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*”.

Berdasarkan Laswell tersebut, bahwa komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan yang dilakukan oleh komunikator kepada komunikan yang dapat menimbulkan efek tertentu. Adapun menurut Hovland dalam Effendy, “komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain”. Maka dapat disimpulkan bahwa Komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat atau perilaku, baik langsung secara lisan, maupun tak langsung melalui media.

Sedangkan negosiasi, menurut Robbins, adalah proses di mana dua pihak atau lebih melakukan pertukaran barang atau jasa dan berusaha mencapai kesepakatan mengenai nilai tukarnya. Colquitt, dalam bukunya *Organizational Behavior*, menyatakan bahwa “Negotiations is a process in which two or more interdependent individuals discuss and attempt to come to an agreement about their different preferences” (Negosiasi adalah proses di mana dua individu atau lebih yang saling bergantung membahas dan berusaha mencapai kesepakatan terkait preferensi yang berbeda). Phil Baguley dalam bukunya *Teach Yourself Negotiating* juga menjelaskan bahwa

negosiasi merupakan cara untuk mencapai keputusan yang dapat disepakati dan diterima oleh kedua belah pihak, serta menentukan tindakan apa yang akan dilakukan di masa depan. Berdasarkan beberapa definisi ini, dapat disimpulkan bahwa negosiasi adalah proses mempertimbangkan dan menyerahkan penawaran hingga suatu penawaran diterima, atau dapat juga diartikan sebagai proses diskusi atau konferensi terkait sebuah rancangan perjanjian. Negosiasi juga bisa berarti tindakan untuk menyusun ketentuan dan syarat-syarat dalam tawar-menawar, jual beli, atau transaksi bisnis lainnya, sehingga mencakup proses tawar-menawar antara perusahaan dan pelanggannya.

b. Relevansi Prinsip-Prinsip Komunikasi Negosiasi dalam Islam

Komunikasi Islam berfokus pada teori-teori komunikasi yang dikembangkan oleh para pemikir Muslim. Menurut Khatibah (Khatibah, 2016) komunikasi Islam adalah komunikasi yang berlandaskan pada al-Quran dan Hadis. Selaku manusia, tidaklah sepatutnya memandang remeh dengan prinsip komunikasi yang ada kerana dengan prinsip-prinsip tersebutlah kehidupan manusia di dunia ini berada dalam keadaan aman dan damai. Prinsip komunikasi yang telah penulis harapkan tersebut ialah komunikasi bi al-Lisān dan komunikasi bi al-Hal. Perbincangan terperinci mengenai komunikasi tersebut adalah seperti berikut:

(1) Komunikasi bi al-Lisan

Komunikasi lisan atau komunikasi verbal adalah bentuk komunikasi yang melibatkan penggunaan bahasa dan berbagai simbol untuk mempermudah pertukaran pesan atau informasi. Ini juga bisa dianggap sebagai sinonim untuk semua sistem interaksi yang bersifat simbolis dan acak (Gouran, Wiethoff & Doelger, 1994). Jenis komunikasi ini juga dikenal sebagai interaksi simbolis lisan (spoken symbolic interaction), yang merupakan proses di mana seseorang menggunakan kata-kata dan simbol lainnya untuk menciptakan makna serta mempengaruhi orang lain (Trenholm, 1994). Dalam kategori ini, terdapat berbagai prinsip komunikasi yang tercakup di dalamnya.

(a) Menggunakan Bahasa Dan Perkataan Yang Baik

Kemahiran berkomunikasi bermaksud kemahiran dalam menggunakan bahasa. Bagi seseorang pendakwah, sebelum seseorang itu melaksanakan aktiviti dakwah, seseorang itu hendaklah terlebih dahulu membekalkan diri mereka dengan kemahiran berkomunikasi. Kemahiran berkomunikasi seperti bertutur dengan fasih, lancar dan teratur serta menggunakan laras bahasa

yang sistematis kerana ini menunjukkan keyakinan seseorang mengenai perkara yang sedang diperkarakannya.

(b) Berdialog Dengan Cara Yang Baik

Terdapat pelbagai bentuk dalam berkomunikasi. Antaranya termasuk berdialog dengan cara yang baik yang juga termasuk dalam kategori prinsip komunikasi Islam berkonsepkan kebaikan (Surah al-Nahl, 16:125). Berdasarkan ayat tersebut, Allah SWT menerangkan tentang cara dan tata tertib dakwah Islamiyah. Dalam ayat tersebut terdapat tiga cara atau kaedah yang jelas dalam berkomunikasi dan menyeru dakwah sesama manusia iaitu dengan hikmat kebijaksanaan, nasihat pengajaran yang baik dan berbahas dengan cara yang baik.

(c) Menggunakan Hikmah Dan Nasihat Yang Baik

Komunikasi dalam Islam hendaklah berlangsung secara penuh hikmah. Apa yang dimaksudkan dengan hikmah di sini ialah dengan menggunakan perkataan atau perbuatan yang baik serta dapat diterima mudah oleh penerima (komunikasikan). Dengan menggunakan hikmah dalam berkomunikasi membawa maksud bijak berkomunikasi dengan mengambil kira keadaan dan keperluan semasa.

(d) Bercakap Benar

Kebenaran merupakan menu utama dalam proses komunikasi. Ia menunjukkan bahawa aspek kebenaran ini adalah intipati yang perlu ada dalam setiap bentuk komunikasi termasuk dalam konteks berdakwah. Ini bertepatan dengan firman Allah SWT (Surah al-Ahzab, 33:70) dan sabda Rasulullah SAW yang bermaksud: “Iman seseorang itu tidak lurus kecuali hatinya lurus dan hatinya tidak lurus kecuali lidahnya lurus”. Berdasarkan kepada kedua-dua dalil naqli di atas jelaslah menunjukkan bahawa bercakap benar adalah satu tuntutan dalam agama Islam.

(e) Bercakap Dengan Lemah Lembut

Bercakap dengan lemah lembut merupakan satu lagi prinsip komunikasi yang dapat memberikan impak yang sangat mendalam dan akan meninggalkan kesan ke dalam jiwa pendengarnya. Ini boleh diamalkan dengan mempraktikkan beberapa kaedah komunikasi yang baik.

(f) Tidak Berbentuk Cacian Atau Kejian

Islam menentang sebarang bentuk komunikasi yang mengandungi perkataan, tindakan atau apa jua makna yang bersifat keji seperti penghinaan, fitnah, dusta, ejekan, maki hamun, riak dan sebagainya. Sebagaimana firman Allah SWT dalam surah al-Humazah ayat 1 yang bermaksud: “Kecelakaan besar bagi tiap-tiap pencaci, pengeji”. Menerusi ayat ini dan ayat-ayat berikutnya

dalam surah al-Humazah, Allah SWT telah mengabarkan kepada hamba hambaNya berkaitan keburukan orang-orang yang mencemuh dan memandang rendah kepada orang lain.

(g) Tidak Berkaitan Dengan Sesuatu Yang Batil

Percakapan atau apa jua bentuk simbol dan makna yang batil adalah terlalu banyak. Segala bentuk bahasa, simbol dan makna yang berbaur keburukan adalah dianggap sebagai batil. Rosak budi dalam berbahasa juga terjadi apabila wujudnya perkara-perkara batil dalam percakapan. Antara perkara batil tersebut ialah hal maksiat seperti menceritakan hal keadaan wanita jahat (pelacur), keadaan tempat minum arak (bar), tempat kaki judi berhimpun dan tempat maksiat yang lain (Surah al-Muddathir, 74:45) dan (Surah al-Nisa', 4:140). Dalam ayat ini, Allah menegaskan kepada hamba-hambaNya apabila mendengar kebenaran itu diringan ringankan, sepatutnya hendaklah adakan bantahan dan berundur daripada kumpulan itu, bukannya kerana kesombongan tetapi kita berfikir kerana kita adalah orang yang bermartabat lebih tinggi dari orang lain kerana bimbang kita akan termasuk dalam kumpulan tersebut.

(2) Komunikasi bi al-Hal

Menurut Lewis (1975), komunikasi nonverbal atau komunikasi bi al-Hal boleh didefinisikan sebagai segala bentuk mesej (komunikasi) yang tidak dikodekan dalam perkataan. Perbezaan utama yang terdapat antara sifat komunikasi verbal dengan nonverbal ialah komunikasi verbal adalah diaturkan oleh sistem bahasa, manakala komunikasi nonverbal pula adalah sebaliknya iaitu tidak diaturkan oleh sistem bahasa. Komunikasi nonverbal mempunyai “bahasa” nya yang tersendiri. Menurut Ruesch dan Kees (1972), “bahasa” komunikasi nonverbal boleh dikategorikan kepada lima bahagian iaitu isyarat yang berkenaan dengan ruang dan waktu, pergerakan tangan, raut wajah atau air muka, nada percakapan dan menerusi pakaian.

(a) Mempunyai Tujuan yang Baik

Setiap sesuatu yang dilakukan oleh seseorang itu mempunyai niat atau tujuan sama ada ianya baik mahu pun tidak. Namun, hanya tujuan yang baik sahaja yang akan diterima oleh Allah SWT Berdasarkan kepada ayat (Surah al- Ma'idah, 5:2), Maulana Abdullah (1991) dalam “al Quran al-Karim, Terjemahan dan Huraian Maksud” menceritakan dalam tahun ke 6 hijrah, orang-orang Makkah sebagai menunjukkan kebencian mereka dan penentangan mereka terhadap orang-orang Islam, telah menghalang mereka itu daripada memasuki Masjidil Haram.

(b) Rancang Ide Sebelum Berkomunikasi

Berkomunikasi dalam bentuk terancang dan teratur lebih mudah diterima oleh para pendengar. Menurut Fauziah Mohammad (1996), maksud teratur dalam komunikasi adalah mengutamakan yang lebih penting ketika berkomunikasi manakala yang tidak atau kurang penting boleh dikemudiankan. Menurut Lahmuddin Lubis, Fifi Hasmawati dan Hafsa Juni Batubara (2017) komunikasi yang baik adalah dimulakan dengan salam, berbicara dengan lemah lembut, menggunakan perkataan yang baik, nasihat yang baik, adil, menggunakan bahasa dan isi pembicaraan yang sesuai, bersikap jujur dan sebagainya.

(c) Susun Maklumat Perlu Jelas Dan Berstruktur

Selain itu, seseorang penutur juga perlu mengatur dan menyusun maklumat secara berstruktur bagi memudahkan proses komunikasi. Hal ini sebagaimana yang dituntut oleh Allah dalam alQuran (Surah al-Nur, 24:54) di mana Allah SWT sendiri telah mengatur dalam mentaatinya. Prinsip ini telah digunapakai oleh Saidina Ali semasa hayatnya sebagaimana yang telah dilakukan oleh Dhirraan bin Dhamrah Alkinany dimana beliau pernah memberitahu Muawiyah tentang kepribadian Saidina Ali (Abdul Mua'ti, 2001).

(d) Fokus Ketika Mendengar

Menurut al-Quran (Surah al-An'am, 6:36), (Surah al-Anfal, 8:21-22), dan (Surah Luqman, 31:7), komunikasi tidak hanya bergantung pada aspek lisan semata-mata, tetapi juga pada sejauh mana fokus seseorang yang mendengar komunikasi tersebut. Hal ini kerana komunikasi yang efektif harus melibatkan interaksi dua arah, di mana pendengar benar-benar memahami apa yang disampaikan oleh penutur. Abdul Mua'ti (2001) menyatakan bahawa hanya pendengar yang benar-benar memberikan perhatian ketika mendengar yang dapat memahami dan bertindak atas informasi yang disampaikan. Bagi mereka yang hanya mendengar tanpa mengikuti apa yang mereka ketahui, Allah telah menjanjikan azab yang pedih. Oleh itu, menyebarkan hal-hal baik yang kita ketahui adalah penting kerana ia akan membawa kebaikan kepada kita di masa depan. Komunikasi Bersemuka Terdapat berbagai bentuk komunikasi yang dapat digunakan seseorang dalam menyampaikan maklumat, baik dalam konteks formal, semi formal, atau tidak formal. Penutur dapat memilih jenis komunikasi yang sesuai berdasarkan keperluan dan jumlah audiens. Dalam komunikasi secara bersemuka, ia dapat dilakukan dalam bentuk kumpulan kecil atau di hadapan khalayak ramai. Sebagai contoh, komunikasi antara dua orang biasanya bersifat informal dan mempunyai tujuan yang spesifik.

(e) Mengatakan Apa yang Dikata

Kaedah menasihati atau mengajar yang terbaik adalah menerusi mempamerkan contoh ikutan dan teladan kepada para pendengar. Ini kerana seseorang penutur itu harus menjadikan dirinya sebagai central figure yang boleh dijadikan role model kepada para pendengar (Surah al-Saff, 61:2-3). Jika dilihat kepada sebab nuzul ayat tersebut, pada satu masa ketika zaman nabi, ada di antara pemuda-pemuda Islam yang berkata: kalau mereka dapat mengetahui apakah sesuatu amalan yang diredai Allah nescaya mereka akan mengerjakannya; tetapi apabila diberitahu amalan yang diredai Allah itu, maka ada di antara mereka yang tidak mengotakan apa yang mereka katakan.

(f) Mengambil Kira Pandangan Dan Pikiran Orang Lain

Dalam konsep persahabatan, orang yang beriman pastinya berazam menghapuskan semua faktor yang boleh menimbulkan masalah di antara satu sama lain dan sekaligus mewujudkan persekitaran yang aman dan selesa. Mereka mengetahui yang sahabat-sahabat mereka juga merupakan hamba Allah yang lemah seperti diri mereka sendiri.

c. Komunikasi Negosiasi Islam

Negosiasi Islam adalah sarana untuk berkomunikasi satu sama lain untuk mencapai mencapai tujuan bersama yang akan bermanfaat bagi para pihak yang yang terlibat, artinya negosiasi adalah sarana untuk berkomunikasi”. Nabi (SAW) Suatu ketika orang-orang Quba bertengkar satu sama lain sampai mereka saling melempar batu satu sama lain. Ketika Rasul Allah diberitahu tentang hal itu, Dia berkata: “*Marilah kita pergi untuk mendamaikan mendamaikan di antara mereka.*” Diriwayatkan dari Sahl binSad (Sahih Al-Bukhari)

Negosiasi dalam Islam, yang dimana pada dasarnya Islam adalah cara hidup yang lengkap, yang dimana dapat memberikan petunjuk/panduan, dan tidak hanya dalam masalah agama tetapi juga dalam dalam tindakan kehidupan sehari-hari termasuk mengenai negosiasi (Maududi, 1960). Argumen ini juga menjadi pilihan konsep yang disukai untuk melakukan negosiasi oleh semua Nabi damai kepada mereka. Negosiasi telah dilakukan sepanjang sejarah Kenabian dan telah ditangkap dalam berbagai tahapan yang berbeda dalam sejarah dan kisah-kisah Al-Qur'an, sebagai contoh; negosiasi antara Ibrahim (SAW) dan ayahnya, Nuh (SAW) ayahnya, Nuh (SAW) dan putranya. Pada dasarnya, semua Para Nabi saw. terlibat dalam negosiasi untuk mengajak umatnya ke jalan Allah.

d. Etika Negosiasi Dalam Islam

Etika merupakan cabang filsafat yang mencari hakikat nilai-nilai baik dan buruk yang berkaitan dengan tindakan seseorang, yang dilakukan dengan penuh kesadaran berdasarkan pertimbangan pemikirannya. Etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Etika bisnis merupakan seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus berkomitmen dalam bertransaksi, berperilaku dan berelasi dengan etika yang baik agar tujuan bisnisnya tercapai tanpa merugikan pihak lain.

Dalam Islam Etika atau yang lebih sering disebut sebagai akhlak merupakan salah satu elemen dasar Islam selain aqidah dan syariah. Rasulullah Saw dalam kehidupannya juga menjadi sebuah tauladan dalam penerapan etika, termasuk dalam keseharian beliau sebagai seorang entrepreneur. Karakteristik etika bisnis Islami antara lain mencakup beberapa hal antara lain memperhatikan tingkah laku dari konsekuensi serius untuk kesejahteraan manusia, dan bersikap adil sesuai hukum secara konsisten serta konsekuen setia pada prinsip-prinsip kebenaran, keadaban dan bermartabat. Bisnis tidak hanya bertujuan untuk profit saja, namun perlu mempertimbangkan nilai-nilai manusiawi dan tidak akan mengorbankan hidup banyak orang, sehingga masyarakat pun berkepentingan agar bisnis dilaksanakan secara etis untuk kepentingan semua pihak. Bisnis dilakukan diantara manusia yang satu dengan manusia yang lainnya, sehingga membutuhkan etika sebagai pedoman dan orientasi bagi pengambilan keputusan, kegiatan dan tindak tanduk manusia dalam berhubungan bisnis satu dengan yang lainnya.

Jujur, Amanah dan Adil Dalam Berbisnis

Secara sederhana jujur dapat diartikan sebagai berkata benar. Jujur terhadap diri sendiri, makhluk lain dan sang pencipta. Tanpa kejujuran semua hubungan termasuk hubungan bisnis tidak akan berjalan langgeng. Dalam prinsip berbisnis interaksi yang memberikan keuntungan sedikit tetapi sering dan berulang dengan pelanggan yang setia karena menggunakan cara yang jujur, akan lebih baik dari pada untung besar tetapi hanya sekali dengan cara menipu.

(1) Jujur.

Jujur merupakan motivator yang abadi dalam budi pekertidalam perilaku seorang pebisnis muslim. Karena sebagai salah satu sarana untuk memperbaiki amalnya dan sarana untuk berbuat kebaikan dan beramal sholeh.

(2) Amanah

Islam mewajibkan, dalam berbisnis harus mempunyai sikap amanah terhadap dirinya sendiri juga terhadap orang lain dan tidak boleh berkhianat terhadap orang yang memberikan amanah. Karena amanah merupakan tanggung jawab yang besar yang lebih berat sebagai seorang pebisnis

(3) Adil

Islam sangat menganjurkan untuk berbuat adil dalam berbisnis dan melarang berbuat curang. Kecurangan dalam berbisnis pertanda kehancuran bisnis tersebut, karena kunci keberhasilan bisnis adalah keadilan. Bersikap adil dalam transaksi jual beli berdampak baik kepada hasil jualannya karena konsumen akan merasakan kenyamanan dan tidak ada yang diletakkan serta dirugikan

2. Negosiasi Dalam Sejarah Islam

Dalam bagian ini disajikan sebuah kasus dari sejarah yang menggambarkan implementasi komunikasi dan negosiasi dalam sejarah perkembangan Islam. Kasus yang dimaksud adalah *Perjanjian Hudaibiyah*.

Perjanjian Hudaibiyah dibuat pada bulan Zulqaidah tahun 6 H (628), dan Musyrikin Mekah dan Rosulullah menandatangani. Tempat perjanjian tersebut di Hudaibiyah (Tafsir Ibnu Katsir). Apa isi perjanjian itu? Secara singkat, kaum muslimin berjanji kepada kaum Quraisy bahwa:

- (1) Kaum muslimin tidak boleh mengunjungi Kafaah tahun ini, tetapi mereka dapat melakukannya tahun berikutnya.
- (2) Kunjungan hanya boleh berlangsung selama tiga hari.
- (3) Orang-orang Mekah yang melarikan diri ke Madinah harus dikembalikan oleh kaum muslimin, sedangkan Quraisy tidak harus menolak orang-orang Madinah yang kembali ke Mekah.
- (4) Selama sepuluh tahun, masyarakat Madinah dan Mekah berperang satu sama lain.
- (5) Setiap Kabilah yang ingin bergabung dengan persekutuan kaum Quraisy atau

Kaum Muslimin dapat melaksanakan aktivitas mereka dengan bebas tanpa menghadapi hambatan. Kesiapan orang-orang Mekah untuk bergabung dan membuat perjanjian dengan kaum Muslim merupakan sebuah kemenangan diplomatik yang penting bagi umat Islam. Perjanjian tersebut membuka peluang bagi mereka untuk mengambil alih Ka'bah dan menguasai Mekah.

Halaman 20

Nabi Muhammad SAW telah lama merencanakan strategi ini dengan tujuan untuk menguasai Mekah dan menyebarkan Islam ke wilayah lain. Namun, sebagian besar kaum Muslim merasa dirugikan dengan perjanjian itu, karena mereka menganggap bahwa perjanjian tersebut lebih melindungi kepentingan Quraisy dan merendahkan martabat umat Islam. Mereka merasa bahwa isi perjanjian Hudaibiyah memberikan keuntungan kepada Quraisy yang dapat memanipulasi perjanjian sesuai keinginan mereka, sekaligus mencoba menekan Nabi Muhammad SAW, sehingga secara moral mereka merasa lebih unggul.

Dalam situasi kekecewaan tersebut, Nabi Muhammad SAW mengajak kaum Muslimin untuk menyelesaikan ihram mereka di tempat itu. Proses penyusunan perjanjian ini menunjukkan bahwa kaum Quraisy, dengan struktur kekebalannya yang lebih tinggi, dapat mempengaruhi keputusan kaum Muslim saat itu. Hal ini menandakan bahwa posisi dan jabatan seseorang dalam struktur sosial dapat mempengaruhi pengambilan kebijakan. Meski dalam kondisi kecewa, para sahabat tetap setia dan patuh kepada Rasulullah sebagai pemimpin mereka. Ketika Rasulullah memimpin kaum Muslim kembali ke Madinah, Allah menurunkan ayat 1-3 dari surat Al-Fath yang berisi kabar gembira tentang kemenangan yang nyata, serta janji ampunan dan bimbingan dari Allah ke jalan yang lurus.

Kabar ini menenangkan hati kaum Muslim dan menyembuhkan rasa kecewa mereka. Mereka percaya bahwa perjanjian Hudaibiyah membawa manfaat besar bagi umat Islam, meski awalnya dirasa merugikan. Seperti yang disebutkan dalam tafsir Ibnu Katsir, sahabat Ibnu Mas'ud menjelaskan bahwa kemenangan yang dimaksud bukan hanya penaklukan Mekah, tetapi juga kesepakatan dalam perjanjian Hudaibiyah. Perjanjian tersebut memberikan banyak keuntungan bagi kaum Muslim dalam jangka panjang, termasuk pengakuan dan penghormatan dari Quraisy, yang mengukuhkan posisi kaum Muslim sebagai kelompok yang kuat dan dihormati. Dakwah Nabi Muhammad SAW semakin berkembang karena pengakuan ini, dan kaum Muslim mendapatkan hak untuk berunding serta membuat perjanjian dengan pihak manapun.

Selain itu, perjanjian ini memberi kesempatan bagi kaum Muslim untuk beristirahat dari peperangan, sehingga mereka dapat menyebarkan dakwah Islam dalam suasana yang lebih damai dan aman. Perjanjian ini juga membuka peluang bagi kaum Muslim untuk berinteraksi dengan orang-orang non-Muslim, yang pada akhirnya memberikan kesempatan kepada mereka untuk mengenal keindahan Islam. Keuntungan jangka panjang dari perjanjian ini adalah kebebasan Nabi Muhammad SAW dan kaum Muslim untuk berdakwah. Sebelumnya, dakwah Nabi

mengalami banyak rintangan yang mengakibatkan konflik dan peperangan. Hikmah dari perjanjian Hudaibiyah adalah meluasnya dakwah Nabi ke berbagai penjuru dunia. Nabi Muhammad SAW memanfaatkan kesempatan ini untuk mengirimkan delegasi kepada raja-raja dan penguasa negeri. Diharapkan, jika para penguasa tersebut memeluk Islam, rakyatnya akan mengikuti, sehingga Islam akan berkembang lebih luas dan mudah.

SIMPULAN

Dalam melakukan komunikasi negosiasi, tentunya harus memperhatikan berbagai aspek. Mulai dari komunikasi yang jelas, informasi, persuasi yang semuanya jika dapat dipenuhi dengan sempurna maka sama halnya dengan menerapkan etika bernegosiasi dalam berdiplomasi. Tidak hanya itu, pada dasarnya etika berdiplomasi meliputi etika dalam bersikap dan bertutur kata yang harus dipenuhi oleh seorang negosiator agar kepentingan nasional yang dibawa saat bernegosiasi dapat terpenuhi. konsep Islam tentang negosiasi dan telah memberikan wawasan yang mendalam dan luas wawasan yang mendalam dan besar dalam memahami tentang negosiasi dari perspektif perspektif Islam. Terdapat pelbagai prinsip komunikasi yang terdapat di dalam al-Quran. Prinsip-prinsip ini dipetik dari ayat-ayat al-Quran yang terdapat dalam pelbagai surah sebagai panduan kepada umat manusia. Dalam melakukan bisnis terdapat beberapa etika dalam berbisnis yang sesuai dengan perspektif islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha* (Bandung, 2013),
- Batubara, H. J., Lubis, L., & Hasnawati, F. (2017). *Penerapan Prinsip-Prinsip Komunikasi Islam dalam Mensukseskan Program KB di Rantau Prapat Kec. Rantau Selatan Kabupaten Labuhanbatu. Al-Balagh: Jurnal Komunikasi Islam*, 2(2), 267-290.
- Baguley, Phil., 2000, *Teach Yourself Negotiating*, McGraw-Hill, New York.
- Bungin, B. (2008). *Metode Penelitian Kualitatif. Aktualisasi Metodologi ke. Arah ragam Varian Kontemporer*. Jakarta: Rajawali Press
- Colquitt, *Organizational Behavior*, (USA: McGraw-Hill, 2011), 466
- Fauziah Mohamad. (1996). *Konsep Tutur Bicara dalam Islam*. Johor Bahru: Jahabersa.

Halaman 22

- Gouran, D.S., W.E. Wiethoff & J.A. Doelger. (1994). *Mastering Communication, Second Edition*. Boston:Allyn and Bacon.
- Khatibah. (2016). *Prinsip-Prinsip Komunikasi Pustaka*an (Perspektif Komunikasi Islam). Jurnal Iqra'. Volume 10, No.2. 47-53.
- Maududi, Abul A'la. 1960. *The Islamic Law and Constitution*. Lahore: Islamic Publications
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Stephen P. Robbin, Timothy A. Judge, *Perilaku Organisasi*. (Jakarta: Salemba Empat, 2008),
- Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss, *Teori Komunikasi, edisi-9*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2009), 66.
- Mulyana, Deddy. 2013. *Komunikasi Efektif Suatu Pendekatan Lintas Budaya*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Onong U. Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007), 10.
- Khatibah. (2016). *Prinsip-Prinsip Komunikasi Pustaka*an (Perspektif Komunikasi Islam). Jurnal Iqra'. Volume 10, No.2. 47-53.
- Trenholm, S. (1994). *Thinking Through Communication: An Introduction to the Study of Human Communication*. Boston:Allyn and Bacon
- Lewis, P.V. (1975). *Organizational Communication: The Essence of Effective Management*. Columbus:OH Grid.
- Lahmuddin Lubis, Fifi Hasmawati & Hafsa Juni Batubara. (2017). *Penerapan Prinsip-Prinsip Komunikasi Islam dalam Mensukseskan Program KB di Rantau Prapat Kec. Rantau Selatan Kabupaten Labuhanbatu*. AL-BALAGH: Vol. 1 No. 2 Desember 2017. 267-290.
- Mokhtar, S., Hajimin, M. N. H. H., Muis, A. M. R. A., Othman, I. W., Esa, M. S., Ationg, R., & Lukin, S. A. (2021). *Analisis Prinsip-Prinsip Komunikasi Islam dalam Kitab al-Quran*. *International Journal of Law, Government and Communication (IJLGC)*, 6(23), 140-156.
- Utami, F. I. D. (2017). *Efektivitas komunikasi negosiasi dalam Bisnis*. *Komunike*, 9(2), 105-122.