

KOMUNIKASI ETIKA BISNIS DALAM KEBERAGAMAN AGAMA DI KABUPATEN JEMBER

NURUL WIDYAWATI ISLAMI RAHAYU

*Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
nurulwidya.febi@uinkhas.ac.id*

KHAMDAN RIFA'I

*Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
ndanhamdan@yahoo.co.id*

ABDUL ROKHIM

*Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
abdulrokhim@uinkhas.ac.id*

Abstrac: *This study explores the communication business ethics of Sapto Darmo between Islamic Religion, Cristianity, and Hindu Religion in Sukoreno Village, Umbulsari, Jember, East Java. These teachings rely on principles (honesty, autonomy, justice, mutual benefit and social integrity) and principles (unity, balance, free will and truth). The qualitative expert interview method was used to reveal this uniqueness. However, it turns out that this is still hampered by problems of lack of capital, the community's unpreparedness, the potential for business fraud and inadequate transportation.*

Keywords: *Komunikasi Bisnis, Etika bisnis, Keberagaman Agama*

A. PENDAHULUAN

Agama sebagai kode etik suci mengarahkan umat untuk saling menghormati dan menghargai. Tetapi ketika agama berhenti berfungsi sebagai cara hidup yang dapat memberikan kenyamanan spiritual dan obyektif dalam semua aspek kehidupan manusia, agama dapat kehilangan maknanya. Agama sangat erat kaitannya dengan masyarakat dan keduanya saling mempengaruhi. Tanpa agama, manusia sebagai makhluk sosial tidak sepenuhnya manusiawi. Orang menjadikan

Korespondensi: **Nurul Widyawati Islami R, Khamdan Rifa'i & Abdul Rokhim**
Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
nurulwidya.febi@uinkhas.ac.id, ndanhamdan@yahoo.co.id &
abdulrokhim@uinkhas.ac.id

agama sebagai aturan yang memberikan banyak ajaran dan nilai kepada setiap pemeluknya¹. Indonesia adalah negara majemuk yang di dalamnya terdapat banyak suku, budaya, bahasa, agama, dan kepercayaan. Setiap pemeluk agama memiliki pikiran dan pengalaman yang tidak membenarkan agama orang lain. Perbedaan agama dan kepercayaan dalam arti interaksi dengan tidak menonjolkan agama dan tidak mengaktifkan simbol-simbol agama merupakan upaya untuk menghormati perbedaan dengan agama lain².

Etika bisnis adalah suatu usaha yang dibuat atas dasar metode dan pemikiran yang baik, sesuai dengan logika dan estetika yang berkembang di masyarakat. Dengan menjalankan etika bisnis, bisnis akan berjalan tanpa merugikan pihak lain³. Etika bisnis berarti pengaturan dan pengelolaan norma dan moralitas yang berlaku secara universal, ekonomi dan sosial, dengan memperhatikan kepentingan, fenomena sosial serta budaya yang ada dalam masyarakat (Prihatminingtyas, 2019).⁴

Berdasarkan observasi, wawancara, dan studi dokumentasi yang dilakukan peneliti selama tahun 2021, wilayah Desa Sukoreno dikenal sebagai desa yang memiliki berbagai macam agama serta kepercayaan yang terletak di Kecamatan Umbulsari. Desa Sukoreno dijuluki sebagai Indonesia mini atau Desa Pancasila karena keberagaman agama dan kepercayaan yang dimilikinya dan keberlangsungan kehidupan masyarakat berjalan rukun. Keberagaman tersebut terdiri dari 3 agama (multiagama) dan satu kepercayaan yaitu Islam, Kristen, Hindu dan satu penganut kepercayaan Sapta Dharma. Pada kenyataannya, perbedaan agama tidak membuat masyarakat desa saling ejek dan tidak berselisih, tetapi dengan perbedaan tersebut dapat menjaga kerukunan antar umat beragama, dan menjalin hubungan yang harmonis untuk kehidupan masyarakat yang damai.

Desa Sukoreno merupakan desa yang sebagian besar masyarakatnya mencari nafkah dengan bertani, tentunya masyarakat disana menghabiskan hari-harinya di

¹ C.M. Widiat, "Pluralisme Agama Menurut Nurcholis Madjid 1939-2005 dalam Konteks Keindonesiaan", *Madina-Te*, Vol.16 No. 1 (2017), 212.

² Pradipta, K. Arifin & A. Fadhil, "Pluralisme Agama Menurut Nurcholis Madjid 1939-2005 dalam Konteks Keindonesiaan", *Jurnal Studi Al-Qur'an; Membangun Tradisi Berfikir Qur'ani*, Vol.10 No. 2 (2014), 93.

³ Mulyaningsih & Tinneke Hermina, *Etika Bisnis* (Bandung: CV Kimfa Mandiri, 2017), 23.

⁴ Budi Prihatminingtyas, *Etika Bisnis: Suatu Pendekatan dan Aplikasinya terhadap Stakeholders* (Malang: CV IRDH, 2019), 43.

sawah mengelola lahannya. Mereka bekerja sama dengan baik tanpa melihat agama dan kepercayaan yang dianutnya. Namun, tak sedikit juga masyarakat yang bermatapencaharian dengan cara berbisnis. Salah satu bisnis yang di kelola oleh salah satu masyarakat disana adalah terapi dan obat-obatan herbal. Terapi dan pengobatan herbal ini dikelola oleh salah satu penganut kepercayaan Sapta Dharma di Desa Sukoreno.

Berdasarkan penjelasan tersebut, fokus penelitian yang ditetapkan adalah: 1) Bagaimana pengejawantahan komunikasi etika bisnis Sapta Dharma Desa Sukoreno Kecamatan Umbusari Kabupaten Jember di tengah keberagaman agama Islam, Kristen, dan Hindu?; 2) Bagaimana kendala komunikasi etika bisnis Sapta Dharma Desa Sukoreno Kecamatan Umbusari Kabupaten Jember dalam keberagaman agama Islam, Kristen, dan Hindu?

Fokus penelitian ini mendasarkan pada riset sebelumnya yang sejenis dan memiliki relevansi sehingga dapat dilihat dengan jelas keaslian dan aspek kebaruan. *Pertama*, jurnal Khasbullah dan Nisa' dengan judul "*Spiritualitas dalam Sinkretisme Islam dan Sapta Darma*". Hasil penelitiannya menjelaskan konsep manusia dalam ajaran sinkretisme Jawa yaitu Sata Darma dan Drijarkara berdasarkan para ahli filsafat. Riset ini menyimpulkan bahwa ajaran Sapta Darma dari sudut pandang Islam adalah aliran sesat karena gerakan ibadah sangat menyimpang dari ajaran Islam dengan menunjukkan bahwa Tuhan dalam bentuk semar, namun aliran ini masih diperbolehkan di Indonesia⁵.

Kedua, jurnal oleh Wati, dkk. dengan judul "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli: Studi Kasus Pasar Tradisional Pendopo Empat Lawang, Sumatera Selatan". Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa etika bisnis Islami harus memuat prinsip-prinsip etika bisnis dalam Islam agar bisnis yang akan dijalankan mendapat ridho dan ridha Allah SWT. Dan untuk berbisnis, harus ada konsep yang jujur dalam transaksi perdagangan⁶. Hal ini menegaskan bahwa komunikasi etika bisnis menjadi persolan penting dalam praktek jual beli di Pasar Tradisional.

⁵ Khabullah dan Nisa', "Spiritualitas dalam Sinkretisme Islam dan Sapta Darma", *Khasanah: Jurnal Studi Islam dan Humaniora*, Vol. 19 No. 1 (2021), 39-60.

⁶ Ambar Wati, Arman Paramansyah dan Dessy Damayanthi, 2019, Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli: Studi Kasus Pasar Tradisional Pendopo Empat Lawang, Sumatera Selatan", *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(2), 161-177.

Ketiga, jurnal *Audiens* tahun 2020 yang ditulis oleh Athaya Saraswati dan Afrilia Sekar Dewanti dengan judul “Stereotip terhadap Aliran Penghayat Sapta Dharma dan Usaha Penganut Sapta Dharma mengatasinya melalui Konsep Diri”. Hasil penelitian ini menggunakan teori interaksionisme simbolik, prasangka yang dikemukakan oleh penganut agama Budha Sapta dan upaya mengatasinya dengan konsep diri. Orang-orang yang bersekolah memilih perilaku yang mereka identifikasi sebagai tanggapan terhadap stereotip yang melekat pada mereka⁷.

Keempat, kajian ilmiah yang berkaitan dengan etika bisnis dalam jurnal *Hukum Positum* tahun 2016 oleh Tarsisius Murwadji dengan judul “*Etika Bisnis sebagai Dasar Pertanggungjawaban Sosial dan Lingkungan Perbankan*”. Penelitian ini mengasumsikan bahwa dampak atau dampak negatif dari pelanggaran etika perbankan korporasi tidak hanya pada bank atau nasabahnya, tetapi juga pada lembaga keuangan lainnya, masyarakat dalam arti luas dan program pembangunan nasional. Alhasil, perusahaan yang bisnisnya fokus pada tanggung jawab sosial akan mampu menjaga keberlanjutan di masa depan. Sementara itu, Pemerintah harus mengatur dan mengawasi etika bisnis bank-bank korporasi, tidak hanya menguntungkan bank-bank besar tetapi juga berpihak pada bank-bank kecil⁸.

B. PEMBAHASAN

Kajian Teori

1. Komunikasi Bisnis

Komunikasi bisnis merupakan komunikasi yang dilakukan dalam dunia bisnis untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Tanpa komunikasi yang baik, sebuah perusahaan akan kesulitan untuk mencapai tujuannya dengan bekerjasama bisnis dengan bisnis yang lain. Dalam konteks yang lain, komunikasi bisnis merupakan komunikasi yang digunakan dalam dunia bisnis yang mencakup berbagai macam bentuk komunikasi, baik komunikasi verbal maupun nonverbal untuk mencapai tujuan tertentu.

⁷ Saraswati & A.S. Dewanti, “Pluralisme Agama Menurut Nurcholis Madjid 1939-2005 dalam Konteks Keindonesiaan”, *Jurnal Audiens*, Vol.1 No. 1 (2020), 58.

⁸ T.Murwadji, “Pertanggungjawaban Sosial dan Lingkungan Perbankan”, *Jurnal Hukum Positum*, Vol.1 No. 1 (2016), 3.

Menurut Katz, Komunikasi Bisnis adalah adanya pertukaran ide, pesan, dan konsep yang berkaitan dengan pencapaian serangkaian tujuan komersial. Komunikasi Bisnis diartikan sebagai komunikasi yang terjadi dalam dunia bisnis dalam rangka mencapai tujuan dari bisnis itu. Sedangkan berdasarkan pandangan Rosenbaltt, komunikasi bisnis adalah pertukaran ide- ide, opini, informasi, intruksi, dan sejenisnya, yang dikemukakan baik secara personal ataupun nonpersonal melalui simbol atau tanda, untuk mencaai tujuan – tujuan perusahaan.

Harold Laswell menegaskan komunikasi pada dasarnya menggambarkan proses perkataan seseorang, saluran/ media apa yang digunakan, dan hasil atau pegaruh apa yang dihasilkan. Sedikit berbeda, Barnlurd menyatakan bahwa komunikasi terjadi karena suatu dorongan, yaitu suaru bentuk permintaan yang bertujuan meminimalkan ketidakpastian, memperkuat diri, mempertahankan diri, dan bertindak dengan efektif. Carl I. Hovland, berpendapaat bahwa komunikasi adalah proes yang dilakukan oleh seorang penyedia informasi/ komunikator yang bertujun untuk merangsang orang lain/ komunikan dan mempengaruhi perilakunya. Stewart I. Tubbs & Sylvia, menegaskan bahwa komunikasi merupakan transfer informasi oleh dua orang atau lebih.

Dalam konteks riset ini, komunikasi bisnis yang dilakukan komunitas dengan keberagaman agama, seperti Islam, Kristen, Hindu, dan penganut kepercayaan Sapta Dharma merupakan realitas sosial yang tidak bisa dihindarkan. Mereka akan melakukan aktivitas bisnis dalam rangka memenuhi kebutuhan kehidupan mereka di wilayah Desa Sukoreno Umbulsari Jember. Dengan demikian, komunikasi bisnis yang dibangun atas dasar keberagaman agama menarik untuk dikaji dari perspektif komunikasi.

2. Etika Bisnis

R. W. Griffin berpendapat bahwa etika adalah keyakinan bahwa tindakan baik dan buruk atau tindakan baik atau buruk mempengaruhi hal lain. Etika sangat erat kaitannya dengan perilaku manusia, khususnya perilaku para pelaku bisnis, baik yang berperilaku etis maupun tidak etis. R. W. Griffin berpendapat bahwa perilaku etis adalah perilaku yang sesuai dengan norma-norma sosial yang diterima secara umum tentang tindakan yang menguntungkan dan merugikan. Dalam bahasa Kant, etika bertujuan untuk

membangkitkan kesadaran anak untuk bertindak secara mandiri dan tanpa kelainan. Etika bertujuan untuk membantu orang bertindak secara bebas, tetapi dapat dibenarkan .

Menurut Scholl, bisnis adalah kegiatan yang terorganisir dan diatur yang menyediakan barang dan/atau jasa kepada konsumen dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Menurut R.W. Griffin, bisnis adalah organisasi yang menyediakan barang atau jasa untuk tujuan menghasilkan keuntungan .

Etika bisnis, kadang-kadang disebut etika manajemen, adalah penerapan standar etika pada aktivitas bisnis . Etika bisnis adalah seperangkat nilai benar, salah, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan prinsip-prinsip etika. Dalam pengertian lain, etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan standar yang harus dipegang oleh para pelaku bisnis dalam urusan, perilaku, dan hubungan mereka untuk mencapai "dasar" atau tujuan, menjalankan bisnis mereka sepenuhnya dengan aman .

Berdasarkan konsep etika bisnis ini, praktik komunikasi bisnis yang dijalankan oleh berbagai agama di wilayah Desa Sukoreno, Kecamatan Umbulsari, Kabupaten Jember, baik yang menganut ajaran Islam Islam, agama Kristen, agama Hindu, dan kepercayaan Sapta Dharma akan bersentuhan dengan etika yang disepakati komunitas beragam agama dan kepercayaan tersebut.

3. Keberagaman Agama

Konsep kerukunan antarumat beragama bukan lagi sebagai bungkus formal dari kenyataan pluralitas agama di Indonesia, tetapi harus menjadi motivator bagi terbentuknya kesadaran beragama dan berteologi di Indonesia. Jika hal ini terjadi, maka akan merusak landasan kehidupan berbangsa dan bernegara, baik secara politik, ekonomi maupun sosial budaya. Untuk kecocokan antaragama, penggunaan "standar ganda" harus dihindari, standar yang umum diterapkan adalah ideal dan normatif, sedangkan agama lain menggunakan standar yang lebih historis dan praktis. Melalui standar ganda ini muncul prasangka-prasangka teologis yang akan memperkeruh suasana hubungan antarumat beragama.

Ternyata yang muncul di permukaan, mengenai munculnya konflik antar agama, bisa jadi akibat dari ketimpangan ekonomi (kesejahteraan), perbedaan

kepentingan politik atau perbedaan etnis. Akhirnya, gagasan tentang kebenaran dan kebaikan yang berakar pada ideologi politik atau wahyu dari Tuhan sering menjadi pembenaran bagi penindasan manusia. Hal ini dapat terjadi ketika kepentingan pembangunan dan ekonomi, yang merugikan kepentingan umum, sering menjadi pembenaran atas tindakan kekerasan. Dengan demikian menyebabkan putusannya hubungan antar agama. Untuk menciptakan hubungan eksternal antar agama, diperlukan dialog antar agama. Bagi agama batiniah, perlu dilakukan reinterpretasi pesan-pesan agama yang lebih menyentuh kemanusiaan universal. Dalam hal ini, peran pemuka agama (ulama) harus diutamakan⁹.

Berdasarkan observasi, wawancara, dan studi dokumentasi peneliti, masyarakat Sukoreno yang memiliki keberagaman agama, seperti Islam, Kristen, Hindu dan kepercayaan Sapta Dharma mampu mewujudkan kerukunan dalam keanekaragaman kehidupan beragama dalam masyarakat dengan membentuk sebuah jembatan disinkronisasikan berdasarkan pertukaran hal-hal yang terstruktur.

Hal ini menegaskan bahwa realitas sosial masyarakat Sukoreno dibentuk dengan mengandalkan jaringan abstrak yang terdiri dari komponen struktural yang berbeda. Secara cermat juga dapat dipahami bahwa terbentuknya kerukunan dalam keragaman masyarakat desa Sukoreno didasarkan pada penciptaan struktur budaya dan sosial yang dimiliki masyarakat.

Metodologi

Penelitian ini didasarkan pada perspektif kualitatif dengan asumsi bahwa pokok bahasan penelitian ini lebih berfokus pada studi konseptual dalam hal perspektif dan bagaimana pemikiran tersebut disosialisasikan. Sesuai dengan persoalan yang diajukan seperti disebutkan Bogdan dan Biklen¹⁰ Metode kualitatif adalah proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa teks atau ucapan manusia dan perilaku yang dapat diamati. Dalam konteks riset komunikasi etika bisnis keberagaman agama di Desa Sukoreno Umbulsari Jember, ucapan dan perilaku para penganut agama Islam, Kristen,

⁹ Dadang Kahmad, *Pilar Islam Wasathiyah* (Jakarta: Republika, 2019), 22.

¹⁰ Bogdan, Robert C. dan Biklen Kopp Sari, 1982, *Qualitative Research for Education: An Introduction to Theory and Methods*. London: Allyn and Bacon, Inc.

Hindu dan kepercayaan Sapta Dharma menjadi data penting untuk menjelaskan tindakan sosial mereka.

Penelitian kualitatif berusaha untuk mengkonstruksi realitas sosial secara alami dan memaknainya, sehingga keberhasilan penelitian kualitatif sangat bergantung pada proses, fakta, dan validitas data apakah dikumpulkan. Karakteristik penelitian kualitatif dari sudut pandang Creswell adalah pertimbangan lingkungan alam, peneliti sebagai alat utama, sumber data yang berbeda (wawancara, observasi, dokumen), analisis induktif data, data, makna partisipan, pengembangan desain, , perspektif teoretis, interpretasi, pandangan holistik¹¹. Peneliti menggunakan pendekatan fenomenologis untuk mengamati peristiwa dan hubungannya. Fenomenologi adalah studi yang mencari makna esensial dari suatu fenomena yang dialami oleh sejumlah individu¹².

Studi ini menggunakan kerangka fenomenologis yang berfokus pada eksplorasi pengalaman dan signifikansi dalam mengeksplorasi komunikasi etika bisnis dalam kepercayaan masyarakat berbeda agama, dalam hal ini kepercayaan Sapta Dharma di tengah kehidupan komunikasi masyarakat beragama Islam, Kristen, dan Hindu. Pendekatan fenomenologis terkait dengan pemahaman tentang kehidupan sehari-hari partisipan dan dunia antar-objektif (dunia kehidupan). Kajian fenomenologi berusaha menjelaskan atau mengungkap makna konsep atau fenomena berdasarkan persepsi yang terjadi pada banyak individu.

Pada fenomenologi tidak ada batasan untuk interpretasi atau pemahaman tentang fenomena yang diteliti dan peneliti bebas menganalisis data yang didapat. Menurut Creswell (2014:450)¹³, pendekatan fenomenologi menunda semua penilaian tentang sikap yang alami sampai ditemukan dasar tertentu. Penundaan ini biasa disebut epoche (jangka waktu). Konsep epoche adalah untuk membedakan area data (subyek) dari interpretasi peneliti. Konsep epoche adalah pusat di mana peneliti menyusun dan mengkategorikan hipotesis asli tentang fenomena untuk menunda interpretasi dari apa yang dikatakan partisipan.

Pendekatan fenomenologi, menurut Polkinghorne (1989) dalam Creswell¹⁴, menggambarkan makna pengalaman hidup sekelompok orang dari suatu konsep atau

¹¹ J.W. Creswell, *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*, terj. Saifuddin Zuhri Qudsy & Achmad Fawaid (Yogyakarta: PT Pustaka Pelajar, 2010), 261-263.

¹² *Ibid*, vii.

¹³ J.W. Creswell, *Qualitative inquiry & research design : choosing among five approaches*, ter. Ahmad Lintang Lazuardi (Yogyakarta: PT Pustaka Pelajar, 2014), 450.

¹⁴ *Loc.cit*, 452.

fenomena. Orang-orang yang terlibat dalam menangani sebuah fenomena melakukan eksplorasi terhadap struktur kesadaran pengalaman hidup manusia. Menurut Cribbe (1986) dalam Creswell¹⁵, fenomenologi adalah pendekatan dalam sosiologi yang membahas masalah dunia pengalaman indrawi yang bermakna dengan dunia yang penuh dengan objek yang bermakna, sesuatu yang awalnya terjadi dalam pikiran, kesadaran individu, dan kemudian secara kolektif dalam interaksi kesadaran.

Dalam penelitian ini, pendekatan fenomenologi Schutz digunakan untuk mengkaji cara-cara anggota masyarakat menyusun dan membentuk ulang alam kehidupan sehari-hari¹⁶. Sedangkan menurut Husserl¹⁷ ahli fenomenologi berusaha menemukan esensi (esensi), struktur yang tidak berubah-ubah (esensi) atau makna, pengalaman, fundamental, dan penekanan pada intensitas, kesadaran di mana pengalaman mencakup hal-hal yang terlihat dari luar dan hal-hal di luar -Hal-hal di dalam kesadaran orang lain berdasarkan ingatan, gambaran, dan makna.

Sumber data atau informan dalam penelitian kualitatif mengacu pada bagaimana peneliti melakukan tindakan untuk memperoleh data atau informasi. Identifikasi informan dilakukan oleh peneliti dengan sengaja, dalam hal ini peneliti berusaha menjalin hubungan yang erat dengan para informan. Langkah ini digunakan untuk mengurangi sikap tidak kooperatif dari informan. Pemilihan informan banyak hal yang menjadi pertimbangan, hal tersebut didukung pendapat oleh Oetomo¹⁸ yang mengatakan penelitian kualitatif akan mencoba mengumpulkan data berdasarkan pilihan orang dan kutipan langsung tentang pengalaman, pendapat, perasaan, dan pengetahuan mereka. Informan yang diidentifikasi dalam penelitian ini antara lain, Kepala Desa Sukoreno Achmad Choiri, masyarakat penganut faham Sapta Dharma Sunyoto, dan pebisnis yang menganut faham Sapta Dharma Misia.

Penentuan ketiga informan dalam penelitian kualitatif ini dilakukan secara cermat dan berhati-hati. Sebab, terkadang tidak semua orang itu siap diajak bekerja sama untuk kepentingan penelitian, bahkan mungkin mencurigai dan menolak peneliti, hal itu karena dianggap merugikan kepentingan kelompoknya. Untuk itu, penelitian ini

¹⁵ *Ibid*, 453.

¹⁶ Norman K. Denzin & Lincoln Yvonna. *Handbook of Qualitative Research*, ter. Dariyatno dkk (Yogyakarta: PT Pustaka Pelajar), 61-63.

¹⁷ E.Husserl. Ideas pertaining to a pure phenomenology and to a phenomenological philosophy: First book: General introduction to a pure phenomenology. (Berlin: Springer Science & Business Media), 5.

¹⁸ M.Q. Patton. *Qualitative Evaluation and Research Methods*. (Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, inc.), 15.

dimulai dari informan yang dekat dengan peneliti, sesuai dengan apa yang disarankan oleh Patton¹⁹, yakni penempatan informan dikaitkan dengan pemilihan subjek penelitian dengan menggunakan metode pilihan sengaja (purposive). Penelitian ini menggunakan prosedur purposiv dalam penentuan informan, hal ini digunakan dengan tujuan untuk mencari dan merekrut informan tersembunyi yaitu kelompok yang tidak mudah diakses para peneliti melalui strategi pengambilan informan lainnya.²⁰

Terdapat beberapa pertimbangan yang digunakan untuk pemilihan informan penelitian. *Pertama*, informan sebagai seseorang yang menjadi pucuk pimpinan Desa Sukoreno Umbulsari sehingga mengetahui banyak hal tentang aliran Sapta Dharma beserta bisnis yang digeluti oleh warganya. *Kedua*, informan sebagai pelaku bisnis dengan faham Sapta Dharma²¹.

Berdasarkan pertimbangan tersebut, sesuatu dikatakan menarik karena memiliki pengalaman yang unik dan spesifik. Proses ini dilakukan untuk memperoleh kedalaman, kekayaan, dan kompleksitas suatu realitas sebagai hasil dari proses konstruksi sosial melalui individu yang secara aktif melakukan interpretasi subjektif dan multilateral tentang struktur dan teks yang ada. Hal ini selaras dengan apa yang dinyatakan oleh Spradley²² bahwa untuk dapat memahami realitas sosial, ada tiga hal penting yang harus diperhatikan. *Pertama*, tempat atau ruangan dimana suatu fakta terjadi. *Kedua*, representasi subjek atau bahkan kelompok. *Ketiga*, konstruksi waktu tindakan atau aktivitas agen atau kelompoknya.

Guna memperoleh data yang akurat dan sesuai dengan data yang dibutuhkan dalam penelitian komunikasi etika bisnis dalam ini, peneliti menggunakan metode pengumpulan data observasi, wawancara, dan studi dokumentasi.

Pertama, observasi adalah teknik pengumpulan data yang mengharuskan peneliti terjun jauh ke lapangan untuk mengamati hal-hal yang berkaitan dengan ruang, lokasi, pelaku, aktivitas, objek, waktu, peristiwa, tujuan dan perasaan. Observasi adalah cara yang baik untuk melacak perilaku subjek penelitian seperti perilaku dalam lingkungan atau ruang tertentu, waktu dan keadaan, tidak semuanya perlu diamati oleh peneliti dan hanya hal-hal yang terkait atau sangat terkait dengan data yang diperlukan.

¹⁹ Ibid, 229.

²⁰ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial* (Surabaya: Airlangga University Press, 2003), 41

²¹ D.Sparringa. *Kumpulan Bahan Mataajaran Metode Penelitian Kualitatif* (Surabaya: Fisip Unair, 2000), 23.

²² James P. Spradley. *Metode Etnografi* (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2008), 63-64.

Observasi dilakukan oleh peneliti secara pasif, artinya peneliti tidak ikut serta dalam kegiatan subjek penelitian dan tidak berinteraksi langsung dengan mereka. Para peneliti hanya mengamati interaksi sosial yang mereka lakukan, baik dengan subjek penelitian lain maupun dengan orang asing²³.

Kedua, wawancara mendalam (*indepth interview*). Wawancara mendalam adalah proses pengumpulan informasi untuk tujuan penelitian melalui tanya jawab langsung antara peneliti dan orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa dukungan pedoman wawancara. Hubungan antara pewawancara dan informan telah berkecimpung dalam kehidupan sosial cukup lama, wawancara mendalam dapat dilakukan karena partisipasi pewawancara dalam kehidupan informan sangat penting, pilihan untuk menggali data. Metode ini hampir sama dengan metode wawancara lainnya, hanya saja peran wawancara, tujuan wawancara, peran informan dan cara melakukan wawancara berbeda dengan wawancara pada umumnya. Metode wawancara lainnya adalah wawancara mendalam yang memakan waktu, dilakukan berulang kali dengan informan di lokasi penelitian.²⁴

Hal penting terkait wawancara yang dilakukan menurut Foucault, wawancara dengan informan cenderung mengeksplorasi apa yang mereka pahami (persepsi ideologis) daripada apa yang mereka lakukan (persepsi), kesadaran realitas). Pendekatan ini disukai dalam wawancara karena menurut Foucault lebih penting memperhatikan apa yang dipahami daripada apa yang dilakukan, sehingga pemahaman selalu dipengaruhi oleh faktor, subjektivitas, dominan dan tradisional melekat pada wartawan. Wawancara ini digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi terkait dengan masalah yang diteliti dalam penelitian Komunikasi Etika Bisnis dalam Keberagaman Agama di Kabupaten Jember.

Ketiga, penelitian ini juga menggunakan sumber data dari analisis bahan tertulis, baik berupa makalah diskusi, seminar, buku, jurnal ilmiah, jurnal, surat kabar, tesis, tesis dan tesis atau sumber tertulis lainnya. Schatzman dan Strauss²⁵ menegaskan bahwa dokumen historis merupakan bahan penting dalam penelitian kualitatif. Menurutnya, sebagai peneliti, ia dapat melihat dokumen sejarah dan sumber sekunder

²³ Ghony MD & Almanshur F., *Metode Penelitian Kualitatif* (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), 165.

²⁴ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Kencana Predana Media Group, 2011), 111.

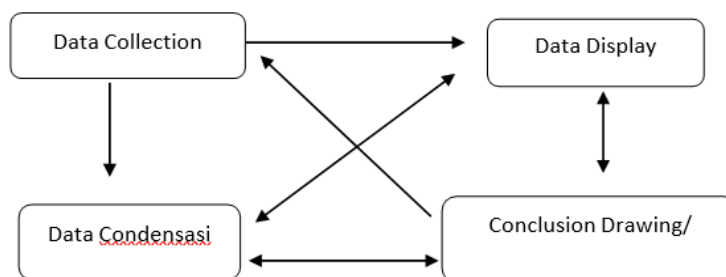
²⁵ L.Schatzman & A.L. Strauss. *Field research: Strategies for a natural sociology* (New Jersey: Prentice Hall, 1973), 19.

lainnya karena sebagian besar kasus yang diteliti memiliki sejarah dan dokumen tersebut seringkali menjelaskan beberapa aspek dari situasi penelitian.

Pemeriksaan keabsahan data dilakukan agar keabsahan data diperiksa kredibilitasnya, keteralihannya, reliabilitasnya dan relevansinya²⁶. Teknik triangulasi digunakan untuk menguji keabsahan data yang dikumpulkan. Menurut Moleong²⁷, triangulasi adalah teknik untuk memeriksa keabsahan data dengan menggunakan sesuatu yang berbeda dari data tersebut sebagai pembuktian atau pembandingan dengan data yang ada. Observasi dilakukan oleh peneliti secara pasif, artinya peneliti tidak ikut serta dalam kegiatan subjek penelitian dan tidak berinteraksi langsung dengan mereka. Para peneliti hanya mengamati interaksi sosial yang mereka lakukan, baik dengan subjek penelitian lain maupun dengan orang asing²⁸.

Analisis data adalah kegiatan mengorganisasikan, menyusun, mengklasifikasikan, mengkodekan atau menandai dan mengklasifikasikan sehingga diperoleh hasil yang sesuai dengan tujuan atau masalah yang ingin dipecahkan. Analisis data kualitatif yang sebenarnya dimulai ketika peneliti mulai mengumpulkan data dengan memilih data yang penting atau tidak penting, sedangkan ukuran signifikansi mengacu pada kontribusi data dalam upaya menjawab tujuan penelitian²⁹.

Dalam penelitian Komunikasi Etika Bisnis dalam Keberagaman Agama di Kabupaten Jember ini, peneliti menganalisis data menggunakan metode analisis interaktif yang dikembangkan Miles dan Huberman (2007)³⁰. Teknik analisis interaktif ini terdiri atas kegiatan seperti yang dijelaskan dalam gambar berikut.



Sumber: Miles dan Huberman (2007) Gambar 3.1 Model Analisis Interaktif

²⁶ Hamidi. Metode Penelitian Kualitatif. (Malang: UMM press, 2005), 82.

²⁷ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung : PT Remaja Rosdakarya), 330.

²⁸ Ghony MD & Almanshur F., *Metode Penelitian Kualitatif* (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), 23.

²⁹ Iman Gunawan. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), 209.

³⁰ Mathew B. Miles dan A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber tentang Metode-Metode Baru*, ter. Tjetjep Rohendi Rohisi (Jakarta: Universitas Indonesia, 2007), 100.

Temuan dan Diskusi

1. Komunikasi Etika Bisnis Sapta Dharma Desa Sukoreno

Berdasarkan observasi, wawancara, dan studi dokumentasi, peneliti menemukan bahwa Sapta Dharma merupakan salah satu kepercayaan yang dianut oleh beberapa orang di Desa Sukoreno Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember. Desa Sukoreno yang dikenal dengan desa Pancasila karena penduduknya yang terdiri dari beberapa agama namun dapat hidup berdampingan dengan rukun dan damai, diantaranya beragama Islam, Hindu, Kristen, Katolik dan Penghayat Kepercayaan Sapta Dharma.

Berdasarkan observasi, wawancara, dan studi dokumentasi selama penelitian, ada lima jenis macam mata pencaharian dominan yang menjadi bisnis dan ditekuni oleh para penghayat Sapta Dharma di Desa Sukoreno. Dengan demikian, kegiatan komunikasi bisnis tidak bisa dilepaskan dari lima bentuk mata pencaharian utama ini, sehingga proses terbentuknya etika bisnis terkait erat satu sama lainnya.

Pertama, petani tanaman bahan pangan pokok berupa tanaman padi, tanaman jagung, dan sejenisnya. Dengan hasil panen yang cukup melimpah dan melebihi rata-rata hasil panen masyarakat lainnya dikarenakan memaksimalkan penggunaan pupuk yang terbaik dan perawatan tanaman yang begitu dijaga dengan baik. Hal itu dilakukan karena sesuai dengan prinsip penghayat Sapta Dharma sebagaimana dinyatakan oleh Sunyoto yang menegaskan bahwa mereka belajar bertani dari orang tua mereka, bukan dari bangkus sekolah.

Kedua, petani tanaman buah-buahan berupa tanaman buah jeruk yang menjadi salah satu komoditas utama hasil kebun Desa Sukoreno. Selain itu, tanaman buah nagam pisang dan durian, mereka juga memanfaatkan metode tanam tumpang sari guna memaksimalkan pemanfaatan lahan yang terbatas namun dapat menghasilkan hasil panen yang maksimal.

Ketiga, terapi pengobatan dengan media obat Herbal. Selain sebagai petani, penghayat Sapta Dharma juga mengembangkan bisnisnya di dunia kesehatan, yakni sebagai terapis pengobatan dengan media obat herbal Saptasari. Pasiennya tidak hanya masyarakat sekitar, namun juga dari luar kota Jember. Pengobatannya yakni dengan media obat herbal yang telah populer di

masyarakat dengan sebutan Saptasari, dengan beberapa hasil produk obat herbal yang sesuai dengan kebutuhan pasien.

Keempat, pedagang, salah satu mata pencaharian atau kegiatan bisnis para penghayat Sapta Dharma di desa Sukoreno adalah sebagai pedagang, namun mata pencaharian ini menjadi minoritas karena mayoritas pekerjaan para penghayat Sapta Dharma adalah sebagai petani ataupun buruh tani.

Kelima, buruh tani, selain mata pencaharian penghayat Sapta Dharma sebagai petani. Sebagian besar pekerjaan mereka adalah sebagai buruh petani desa, sehingga mengandalkan pendapatan atau bisnis mereka dari sektor pertanian. Hal ini didukung dengan lahan persawahan yang cukup luas.

Berdasarkan perpektif komunikasi bisnis, etika bisnis yang diterapkan oleh penghayat Sapta Dharma merupakan pedoman penting yang dipegang para individu di Desa Sukoreno untuk menunjang aktifitas usaha dengan memberikan pedoman bagi orang-orang yang berada dalam lingkup. Etika Bisnis memiliki prinsip-prinsip yang menjadi sebuah kekuatan dari instansi ataupun individual untuk meningkatkan tercapainya hasil yang baik dan maksimal.

Dalam observasi dan wawancara yang telah dilakukan pada tanggal 5 Juli 2021, kegiatan komunikasi bisnis yang berlaku di masyarakat Sukoreno menunjukkan prinsip dan asas yang mendasari etika bisnis di masyarakat Sapta Dharma Sukoreno ketika berinteraksi sosial dengan masyarakat beragama Islam, Kristen, dan Hindu.

Pertama, prinsip kejujuran yang merupakan sikap positif yang selalu berkata benar dan mengakatan kebenaran terhadap apapun, bertindak sesuai dengan yang dialami. Dalam komunikasi bisnis, kejujuran ini menjadi bagian penting demi terlaksananya tujuan bisnis seperti yang diinginkan. Sukses atau tidaknya sebuah perusahaan atau instansi ditentukan oleh beberapa faktor, salah satu faktornya yaitu kejujuran.

Dalam penerapan prinsip kejujuran ini, penghayat Sapta Dharma begitu menjaga kejujuran, terutamanya dalam menjaga kepercayaan terhadap kerjasama mereka dengan warga yang berbeda agama, baik Islam, Kristen, dan Hindu. Salah satunya dibidang pertanian, kerjasama dibidang perawatan tanaman, dari awal sampai panen.

“Kebetulan saya didukung oleh haji Didik. Jadi kalau beli pupuk kan kita petani umumnya kalau belum panen kan ndak punya uang, tapi beliau bilang, “sudah bawa secukupnya, nanti kalau punya uang bayar”. Jadi kita sudah terbiasa, jadi ndak ada sekat, dalam artian haji didik kok baik sama orang Sapta Dharma? Itu ndak ada sekat kalau dalam urusan kerjaan. Jadi sudah terbiasalah masyarakat di sini. Saya meskipun bawa barang sampai habis 10 juta itupun ndak pernah ditanya kapan bayar. Tapi kita juga koreksi diri, wong sudah ditolong, ya kita usaha”

Kedua, prinsip otonomi, yang merupakan sikap yang dapat diambil untuk menjalankan keputusan serta tindakan yang dianggap baik dan benar. Prinsip ini sangat dibutuhkan dalam dunia bisnis karena berpengaruh terhadap keberhasilan kinerja dalam sebuah bisnis yang menyangkut pada peraturan maupun kebijakan. Dalam menjalankan bisnis, instansi atau individual memiliki aturan-aturan sendiri dalam menciptakan lingkungan yang baik. Prinsip otonom menjadi sebuah penentu bagi instansi ataupun individual untuk mengetahui kemampuan dan sikap dalam mengambil sebuah keputusan dan melakukannya dengan kesadaran sendiri.

Dalam Sapta Dharma, prinsip otonom diterapkan sesuai ajaran kepercayaan yang dianut. Ada peraturan-peraturan tersendiri yang harus diterapkan dalam bisnis mereka demi terwujudnya bisnis yang baik. Peraturan yang telah ditetapkan harus dilaksanakan oleh semua pihak tanpa terkecuali. Komunikasi bisnis yang baik sangat dipengaruhi oleh sebuah keputusan maupun aturan yang akan dilakukan. Pengambilan keputusan ini harus bersifat tegas, adil dan tidak merugikan pihak lain.

Ketiga, prinsip keadilan, yang dikaitkan dengan hak untuk diperlakukan sama berdasarkan peraturan yang berlaku. Mereka yang mengikuti Sapta Dharma pada non-diskriminasi terhadap mereka yang berkontribusi dan berpartisipasi dalam bisnis mereka. Jika prinsip keadilan ini dapat berjalan dengan baik, diyakini dampaknya akan sangat baik bagi bisnis yang ditekuni. Keadilan yang dirasakan oleh seluruh pemangku kepentingan akan mendorong mereka untuk bekerja lebih keras demi keberhasilan usaha. Pengikut Sapta Dharma juga percaya bahwa dalam komunikasi bisnis, etika bisnis membantu untuk mencapai visi dan misi dalam bisnis tanpa menyerah pada kode etik dan standar. Sesuai dengan perkataan Sunyoto:

“Ndak ada. Bisnis ya bisnis, keyakinan ya keyakinan. Kalau kita bisa mempraktekkan apa yang kita jalani atau kita tekuni, misalkan, nggak ada kan agama yang mengajarkan sesuatu yang jelek. Nah tergantung kita, bentuk atau aplikasi kita di kehidupan ini seperti apa. Misalkan saya orang Sapta Dharma yang diajari kejujuran. Ya itu buat modal saya.”

Keempat, prinsip saling menguntungkan, yang pada dasarnya seseorang melakukan kegiatan bisnis untuk mencari keuntungan semaksimal mungkin, sejalan dengan yang dilakukan dan diusahakan oleh para penghayat Sapta Dharma. Mereka mengedepankan perlakuan baik dalam hal komunikasi bisnis kepada masyarakat sekitar tanpa memandang latar belakangnya, sehingga hal itu dapat memberikan kemudahan dan saling memberikan keuntungan antara mereka dengan masyarakat sekitar. Para penghayat juga cukup aktif menjalin kerja sama dengan masyarakat di luar desa, dan tokoh-tokoh masyarakat. Mereka juga sering mengadakan dan aktif mengikuti kegiatan-kegiatan dengan warga berbeda agama, baik Islam, Kristen, dan Hindu guna merangkul, memperkuat, dan meluaskan koneksi yang dapat memudahkan dan memberikan keuntungan dalam berbisnis.

Dalam komunikasi bisnis, etika bisnis dijalankan sesuai kesepakatan, meskipun agama para pelaku bisnis berbeda-beda. Misalnya, penghayat Sapta Dharma Sunyoto menjalin komunikasi bisnis dengan warga Muslim, yakni Haji Didik ketika membeli pupuk milik H. Didik. Dalam hal etika bisnisnya, pembayarannya tidak dilaksanakan di muka. Hal ini tentu memberikan keuntungan kepada Sunyoto untuk menerima pupuk meskipun modalnya masih belum ada. Sedangkan bagi H. Didik, pupuk yang diual menjadi laku dibeli oleh Sunyoto.

Kelima, prinsip integritas moral, pada tahap ini, para pelaku bisnis dalam praktik komunikasi bisnis harus menyadari bahwa integritas moral sudah menjadi kebutuhan para pebisnis. Kinerja yang adil dan menghormati semua prinsip bisnis adalah dasar dari etika bisnis. Hal ini sejalan dengan prinsip yang diyakini dan terus dipegang teguh oleh para pengikut Sapta Dharma. Sejak dini, mereka mengajarkan anak-anaknya untuk menjalankan usahanya dengan penuh semangat, baik sebagai petani, terapis maupun usaha/usaha lainnya, dan mereka pertahankan secara turun temurun. Sunyoto tidak ragu-ragu mengajak

istri dan anak-anaknya mengunjungi perkebunan dan persawahannya untuk mengenal dan membangkitkan moral keluarga serta semangat berbisnis. Mereka belajar dan mengajar pertanian tidak melalui media resmi sekolah, tetapi mereka menanamkan etika dengan berhadapan langsung dengan kenyataan dan diyakini paling efektif dilakukan secara langsung. Lanjut di lapangan, karena mereka merasa bisa beradaptasi dengan medan. kondisi yang tersedia di wilayah mereka. Sejalan dengan pernyataan Bapak Sunyoto:

“Kebetulan saya otodidak mas. Jadi saya dulu kan buruh tani. Terus saya kalau sekolah yang resmi itu nggeh nggak sekolah saya terus terang. Cuma saya pelajari, ada PPL datang, ada Cuma teori-teori yang saya pakek, tapi kalau masalah praktek, saya ndak pakek ilmu sekolahan. Karena kalau pakek ilmu sekolahan kan yang dirawat sedikit, kalau yang dirawat banyak harus punya teori tersendiri. Jadi misale saya merawat dua hektar. Kalau pakek ilmu sekolahan kan ndak nutut. Jadi saya pakek metode sendiri, terus yang penting perawatan, pupuk bagus, terus rutin. Malah kemarin jadi percontohan. Tahun lalu itu banyak petani yang ndak percaya hasil jeruk kami. Jadi tiap bulan itu dipanen ndak habis. Tapi kita pakek pupuk KNO. Yang paling bagus kan KNO. Itu perkilonya hampir 25 ribu. Kalau pupuk subsidi misal urea kan Cuma 2 ribu.”

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan studi dokumentasi, ditemukan bahwa dalam menjalankan komunikasi bisnisnya, penghayat Sapta Dharma tidak hanya menjalankan prinsip kejujuran, prinsip otonomi, prinsip keadilan, prinsip saling menguntungkan dan prinsip integritas moral. Dalam berbisnis, masyarakat Sapta Dharma Sukoreno memiliki asas-asas tersendiri yang mereka jadikan dasar dalam berbisnis, yakni asas kesatuan (*unity*), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*freewill*), dan kebenaran yang dijelaskan sebagai berikut.

Pertama, asas kesatuan terefleksikan dalam konsep yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan baik dalam bidang ekonomi, politik, social, menjadi suatu “*homogeneous whole*” atau keseluruhan yang homogeny, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh. Berdasarkan aksioma ini, maka pengusaha dalam menjalankan aktivitas maupun entitas bisnisnya tidak akan melakukan deskriminasi diantara pekerja, penjual, pembeli, mitra kerja atas pertimbangan ras, warna kulit, jenis kelamin dan atau agama.

Menurut Sunyoto, pebisnis herbal penganut kepercayaan Sapta Dharma, sebagian besar karyawannya adalah beragama Islam. Dalam menjalankan bisnisnya, baik itu dalam bisnis pertanian maupun jual beli ramuan herbal. masyarakat Sapta Dharma sangat mengedepankan asas kesatuan. Keberadaan mereka di Sukoreno sebagai masyarakat yang minoritas tidak membuat mereka mengucilkan diri, merasa disisihkan dan tersisihkan. Sebaliknya, mereka justru sangat terbuka dan saling membantu tentang segala hal termasuk yang berkaitan dengan bisnis.

Kedua, asas keseimbangan (*equilibrium*). Dalam komunikasi bisnis, asas keseimbangan di sini menghendaki keseimbangan antara hak dan kewajiban antara pihak yang terlibat dalam transaksi bisnis. Asas keseimbangan, disamping harus memiliki karakteristik tertentu juga harus secara konsisten terarah pada kebenaran yang bersifat konkret. Asas keseimbangan menyemangati sekaligus menjadi asas yang bekerja dari asas hukum perjanjian, baik dari hukum perjanjian Indonesia maupun dari hukum perjanjian Belanda, penerapan asas keseimbangan terlihat pada kewajiban untuk mengacu pada kesusilaan, itikad baik, kepatutan, dan kepantasan dalam melaksanakan hak-hak dan kewajiban dalam suatu perjanjian.

Kerjasama antara petani Sapta Dharma dengan juragan pupuk yang beragama Islam, misalnya mengandung unsur keseimbangan. Adanya kepercayaan yang diberikan juragan pupuk terhadap petani, membuat petani semakin bersemangat dan tidak menyia-nyiakan kesempatan.

Ketiga, asas kehendak bebas (*freewill*). Kehendak Bebas merupakan kontribusi bisnis yang paling orisinal dalam filsafat social tentang konsep manusia "bebas". Hanya Tuhan yang bebas, namun dalam batas-batas skema penciptaannya, manusia juga secara relative mempunyai kebebasan. Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis. Tetapi kebebasan yang dimaksud adalah tanpa merugikan pihak lain. Kepentingan individu dibuka lebar, tidak ada batasan bagi seseorang untuk bekerja dan berkarya dengan segala potensi yang dimilikinya. Dalam kepercayaan Sapta Dharma, kehendak bebas tidak hanya dibatasi oleh syarat tidak merugikan orang lain, namun mereka juga membatasi dengan rasa (*feeling*).

Keempat, asas kebenaran. Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna lawan dari kesalahan, juga mengandung dua unsur, yaitu kebajikan dan kejujuran. Dalam konteks komunikasi bisnis, kebenaran dimaksudkan sebagian niat, sikap, dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan ataupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dengan prinsip kebenaran ini, etika bisnis islam sangat menjaga dan berlaku preventive terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerja sama atau perjanjian dalam bisnis. Salah satu istilah Jawa yang menjadi pegangan masyarakat Sapta Dharma Sukoreno adalah catur, wuwur, sembur. Catur berarti perkataan yang baik, wuwur berarti sedekah, sedangkan sembur berarti doa. Asas kebenaran yang berarti kebajikan dan kejujuran ditunjukkan oleh pegangan masyarakat Sapta Dharma Sukoreno ini, seperti halnya yang dijelaskan sendiri oleh Misia.

“Ya tergantung sikon mas. Jadi kita berdharma itu sesuai kemampuan kita. Jadi kalau misal di istilah jawa, dharma itu banyak macemnya, ada kalau istilah jawa itu, tutur wuwur catur sembur. Jadi kalau di indonesia kita itu mengingatkan sesama agar bisa menjadi baik, itu pun juga darma. Wuwur itu memberi sedekah, atau barang sesuai kemampuan kita. Yang penting didasari ikhlas. Catur, kita saling berdiskusi untuk menemukan jawaban atas permasalahan yang ada, misal agar saudara kita tidak mengalami kegagalan atau bagaimana. Kalau ciri khas di Sapta Dharma itu ada darma sembur. Sembur kalau di umum itu doa. doa tapi lewat Sapta Dharma itu ada ciri khas Sapta Dharma dengan sabda atau sabda waras. Itu jadi apabila kita menolong seseorang yang sedang sakit, itu kita berdoa bersama, mohon pada yang maha kuasa. Jadi semakin banyak kebaikan yang kita berikan, buahnya semakin banyak.”

2. Hambatan Komunikasi dalam Etika Bisnis Sapta Dharma

Dalam kegiatan komunikasi bisnis, para penganut kepercayaan Sapta Dharma memiliki tujuan utama, yaitu untuk “*memayu hayu bagio bawono*” atau mencita-citakan hidup bahagia di dunia sampai di alam maut. Hal ini merupakan salah satu pedoman masyarakat penganut kepercayaan sapta dharma dalam menjalani berbagai aspek kehidupan termasuk halnya dalam berbisnis. Salah satu yang menjadi tujuan dari etika bisnis adalah mengarahkan masyarakat menuju suasana yang harmonis tertib, teratur dan sejahtera.

Namun, dalam setiap praktik komunikasi bisnis tidak dipungkiri akan adanya kendala yang menghambat kelajuan bisnis seperti halnya yang terjadi dalam masyarakat Sapta Dharma di desa Sukoreno.

Salah satu yang menjadi kendala dalam berbisnis adalah kurangnya modal untuk melakukan pelaksanaan bisnis. Sebagaimana masyarakat Sukoreno yang mayoritas petani, penghayat Sapta Dharma di desa Sukoreno juga mayoritas mata pencariannya adalah bertani. Dalam melaksanakan bisnis pertanian, masyarakat sapta dharma Sukoreno seringkali terkendala oleh modal untuk membeli pupuk pertanian. Pupuk bersubsidi yang sulit didapatkan membuat masyarakat tidak bisa tidak harus juga membeli pupuk non-subsidi untuk pertanian mereka. Namun, pupuk non-subsidi memiliki harga yang jauh lebih tinggi dari pada subsidi.

Berdasarkan hasil observasi dan dokumentasi selama tahun 2021, harga pupuk subsidi dan non-subsidi memiliki perbedaan harga yang signifikan. Dilansir dari harga.web.id bahwa harga pupuk urea 2021 per 50kg-nya adalah Rp 112.500 dan pupuk ZA per 50kg-nya adalah Rp 85.000. Sedangkan harga pupuk Urea non-sub per 50kg-nya adalah Rp 355.000 dan ZA non-sub per 50kg-nya adalah Rp 295.000, perbedaan yang signifikan. Dengan sulitnya pupuk subsidi membuat masyarakat sapta dharma Sukoreno dan masyarakat Sukoreno secara umum harus menambah modal untuk membeli pupuk non-subsidi untuk merawat tanaman mereka. Di samping itu, terkadang datangnya hama dalam lahan mereka membuat mereka harus menambah pembelian obat untuk merawat tanaman mereka seperti ulat pada pisang, penyakit wijen pada jeruk dan lainnya.

Berdasarkan wawancara di atas, dapat dipahami bahwa dalam komunikasi bisnisnya, penghayat Sapta Dharma Sukoreno meyakini bahwa perbuatan buruk dari pelaku bisnis merupakan salah satu hal yang bisa menghambat bisnis. Dan hal itu juga berlaku sebaliknya, yakni perilaku baik akan membuahkan hasil yang baik dalam berbisnis. Adapun yang menghambat atau menjadi kendala bisnis masyarakat Sapta Dharma Sukoreno adalah a) kurangnya modal bisnis; b) tidak siap beralih/berpindah dari mata pencarian utama; c) perbuatan buruk dari pelaku bisnis sendiri; dan d) sarana transportasi tidak memadai.

C. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

- a) Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terdapat beberapa kesimpulan bahwa komunikasi etika bisnis para penghayat Sapta Dharma di Desa Sukoreno Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember mengemban lima prinsip yang dipegang teguh dalam berbisnis, yaitu prinsip kejujuran, prinsip otonomi, prinsip keadilan, prinsip saling menguntungkan, dan prinsip integritas moral. Berdasarkan kelima prinsip yang dikomunikasikan dengan etika bisnis yang baik, para penganut Sapta Dharma mampu hidup berdampingan dengan rukun dan damai, diantaranya beragama Islam, Hindu, Kristen, Katolik dan Penghayat Kepercayaan Sapta Dharma.
- b) Selain kelima prinsip, penghayat Sapta Dharma memegang asas-asas yang dijadikan dasar dalam komunikasi bisnis. *Pertama*, asas kesatuan (saling bekerjasama) dalam mengembangkan ekonomi masyarakat desa Sukoreno dengan tetap menjunjung tinggi aspek sosial dalam bermasyarakat. *Kedua*, asas keseimbangan, yakni mereka percaya bahwa kebaikan apa yang mereka usahakan akan seimbang dengan hasil yang mereka dapatkan. *Ketiga*, asas kehendak bebas, bahwa mereka berusaha semaksimal mungkin untuk perkembangan usahanya tanpa ada batasan bagi seseorang untuk bekerja dan berkarya dengan segala potensi yang dimilikinya. *Keempat*, asas kebenaran, dalam konteks komunikasi bisnis, mereka sangat memegang asas ini sesuai dengan ajarannya untuk selalu berbuat kebajikan dan kejujuran.
- c) Adapun kendala komunikasi bisnis dan etika bisnis bagi penghayat Sapta Dharma Desa Sukoreno adalah, kurangnya modal bisnis dalam pekerjaannya, seperti petani, pupuk, dan insektisida; masyarakat tidak siap untuk beralih mata pencarian utama (bertani); perbuatan buruk dari pelaku bisnis membuah hasil yang negatif; dan sarana transportasi kurang memadai (jalan banyak yang rusak)

2. Saran

Berdasarkan hasil dan temua penelitian tersebut, ada sejumlah saran yang peneliti sampaikan dalam rangka pengembangan riset komunikasi etika bisnis dalam komunitas keagamaan, yakni:

- a) Dalam konteks komunikasi bisnis syariah, nilai-nilai ajaran Islam yang rahmatan lil alamin memberikan landasan yang terkait erat dengan ajaran agama lain yang bisa bertemu dalam konteks bisnis. Diantaranya, nilai-nilai atau prinsip keadilan dan kebenaran yang dalam ajaran Islam wajib diterapkan. Dalam hal komunikasi antarumat beragama, maka etika bisnis berprinsip keadilan dan asas kebenaran harus sama-sama dipegang teguh untuk mewujudkan harmoni sosial..
- b) Riset ini dapat dikembangkan dalam konteks komunikasi antar budaya, dimana berbagai budaya yang berbeda dan dipengaruhi oleh suatu ajaran agama akan melahirkan makna yang berbeda-beda dalam kegiatan komunikasi bisnis.

D. DAFTAR PUSTAKA

- Arijanto, Agus. (2012). *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis*. Depok: Penerbit Raja Grafindo Persada.
- Badroen, Faisal. (2006). *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group.
- Basri. (2005). *Bisnis Pengantar*. Yogyakarta: BPF.
- Bogdan, Robert C. dan Biklen Kopp Sari, (1982). *Qualitative Research for Education: An Introduction to Theory and Methods*. London: Allyn and Bacon, Inc.
- Buchari, Alma & Doni, Juni Priansa, 2009. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Bungin, Burhan, (2003). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Bungin, Burhan, (2011). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Chikmawati, Putri, (2018). *Konsep manusia dalam ajaran Sapta Dharma dan pemikiran Drijarkara*. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Christy, Nisa Novia Avien. (2019). *Komunikasi Bisnis*. Semarang: Radna

- Cresswell, J.W. (2008). *Research Design*. Yogyakarta: Pustaka Belajar diterjemahkan oleh Achmad Fawaid.
- Creswell, J. W. (2010). *Research Design: pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: PT Pustaka Pelajar diterjemahkan oleh Saifuddin Zuhri Qudsy & Achmad Fawaid.
- Cresswell, J.W. (2014). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches*. Yogyakarta: Pustaka Belajar diterjemahkan oleh Ahmad Lintang Lazuardi.
- Denzin, Norman K. dan Yvonna S., Lincoln. (2009). *Handbook of Qualitative Research*. Terj. Dariyatno dkk. Jogjakarta: Pustaka Pelajar.
- Gunawan, Imam. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hamidi. (2005). *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: UMM press.
- Handayani, Kristina (2020) *Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang Pasar Tradisional Roworejo Kecamatan Negerikaton Kabupaten Pesawaran*. Lampung: IAIN Metro.
- Husserl, E. (1983). *Ideas pertaining to a pure phenomenology and to a phenomenological philosophy*. Berlin: Springer Science & Business Media.
- Kahmad, Dadang, (2019). *Pilar Islam Wasathiyah*. Jakarta: Republika.
- MD Ghony & F Almanshur. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Miles, Mathew B. dan Huberman, A. Michael, (2007). *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber tentang Metode-Metode Baru*. Jakarta: Universitas Indonesia diterjemahkan oleh Tjetjep Rohendi Rohisi.
- Moleong, Lexy J. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyaningsih dan Hermina, Tinneke (2017). *Etika Bisnis*. Bandung: CV Kimfa Mandiri.
- Murwadji, T. (2016). *Pertanggungjawaban Sosial dan Lingkungan Perbankan*, Jurnal Hukum Positum, 1(1), 1.
- Patton, M. Q. (1990). *Qualitative Evaluation and Research Methods*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, inc.

- Pradipta, Y., Arifin, K. & Fadhil, A. (2014). *Efektivitas Komunikasi Interpersonal Umat Beragama di Perumahan Bekasi*. Jurnal Studi Al-Qur'an; Membangun Tradisi Berfikir Qur'ani, 10(2), 109-118.
- Prihatminingtyas, Budi. (2019). *Etika Bisnis: Suatu Pendekatan dan Aplikasinya terhadap Stakeholders*. Malang: CV IRDH.
- Saraswati, A., & Dewanti, A. S. (2020). *Stereotip terhadap Aliran Penghayat Sapta Dharma dan Usaha Penganut Sapta Dharma mengatasinya melalui Konsep Diri*. Jurnal Audiens, 1(1), 58-64.
- Schatzman, L., & Strauss, A. L. (1973). *Field Research: Strategies for a Natural Sociology*. New Jersey: Prentice Hall.
- Sparringa, D. (2000). *Kumpulan Bahan Mataajaran Metode Penelitian Kualitatif*. Surabaya: Fisip Unair.
- Spradley, James P. (2008). *Metode Etnografi*. Yogyakarta: Tiara Wacana diterjemahkan oleh Misbah Zulfa Elizabeth.
- Suryana, Nia Kurniasih, dkk. (2021). *Komunikasi Bisnis: Konstruksi Teoritis dan Praktis*. Aceh: Syiah Kuala University Press.
- Thian, Alexander. (2022). *Komunikasi Bisnis*. Yogyakarta : Penerbit ANDI.
- Widiat, C. M. (2017). *Pluralisme Agama Menurut Nurcholis Madjid 1939-2005 dalam Konteks Keindonesiaan*. Madina-Te, 16(1).

