

Model Komunikasi Pimpinan Shopee Express Medan Helvetia Hub dalam Meningkatkan Etika Komunikasi Islami Kurir

Fariz Rizwan Siregar

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia
fariz0101193119@uinsu.ac.id

Rubino

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia
rubino21@uinsu.ac.id

Article:

Received: 28 April, 2025

Accepted: 29 Mei, 2025

Published: 30 Juni, 2025

© 2025 The Author(s).



This is an open-access article
under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license

Correspondence Address:

fariz0101193119@uinsu.ac.id

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji model komunikasi pimpinan dalam meningkatkan etika komunikasi Islami kurir. Model komunikasi pimpinan dalam membina dan mengarahkan kurir untuk membentuk budaya komunikasi Islami di lingkungan kerja. Mengidentifikasi pola komunikasi yang efektif antara pimpinan dan kurir untuk mengatasi permasalahan terkait etika komunikasi yang terjadi di lapangan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Teknik analisis data melalui tahapan: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dan verifikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pimpinan menggunakan model komunikasi partisipatif dan persuasif dengan pendekatan humanistik yang mengedepankan nilai-nilai Islam. Model komunikasi pimpinan Shopee Express Medan Helvetia Hub mencakup beberapa langkah strategis, yaitu membuka ruang diskusi, memberi dan menerima masukan, menanamkan kesadaran moral kepada para kurir, serta menyampaikan pesan secara tegas namun tetap ramah. Pendekatan ini bertujuan menciptakan hubungan kerja yang terbuka dan saling menghargai, sekaligus membentuk etika komunikasi Islami yang bisa diterapkan dalam keseharian kerja kurir. Faktor pendukung keberhasilan model ini meliputi kepemimpinan yang visioner, budaya kerja yang terbuka, dan lingkungan kerja yang mendukung. Sementara faktor penghambatnya mencakup latar belakang pendidikan kurir yang rendah dan lemahnya internalisasi nilai etika secara menyeluruh.

Kata Kunci: Model Komunikasi, Pimpinan, Etika, Islami, Kurir.

Abstract: This study aims to examine the leadership communication model in improving the Islamic communication ethics of couriers. Leadership communication model in fostering and directing couriers to form an Islamic communication culture in the work environment. Identifying effective communication patterns between leaders and couriers to overcome problems related to communication ethics that occur in the field. The study used a qualitative approach with a case study method, data collection techniques through observation, in-depth interviews, and documentation. Data analysis techniques through the stages: data reduction, data presentation, and drawing conclusions and verification. The results of the study showed that leaders used a participatory and persuasive communication model with a humanistic approach that prioritizes Islamic values. The communication model of the Shopee Express Medan Helvetia Hub leadership includes several strategic steps, namely opening a discussion space, giving and receiving input, instilling moral awareness in couriers, and delivering messages firmly but still friendly. This approach aims to create an open and mutually respectful working relationship, while forming Islamic communication ethics that can be applied in the daily work of couriers. Supporting factors for the success of this model include visionary leadership, an open work culture, and a supportive work environment. Meanwhile, inhibiting factors include the low educational background of couriers and the weak internalization of ethical values as a whole.

Keyword: Communication Model, Leadership, Ethics, Islamic, Couriers

Pendahuluan

Komunikasi merupakan inti dari setiap aktivitas kehidupan dalam sebuah organisasi.¹ Dalam struktur organisasi modern, peran komunikasi bukan hanya sebagai alat untuk menyampaikan informasi, tetapi juga sebagai sarana untuk membentuk budaya, menanamkan nilai-nilai, dan membangun hubungan yang sehat antara pimpinan dan bawahan.² Di dalam dunia kerja, komunikasi yang dilakukan oleh pimpinan memegang pengaruh besar terhadap perilaku, kinerja, dan sikap etis karyawan.³ Oleh karena itu, model komunikasi yang digunakan oleh seorang pimpinan sangat menentukan arah dan kualitas interaksi yang terjadi di lingkungan kerja.

Adapun menurut pakar komunikasi yaitu Wilbur Schramm, yang dijelaskan di dalam tulisan Al-Munawara dkk, bahwa model komunikasi itu seperti percakapan dua arah, di mana orang yang menyampaikan pesan dan orang yang menerima pesan bisa saling bergantian peran.⁴ Mereka saling mengirim dan menerima pesan, dan pemahaman mereka dipengaruhi oleh pengalaman atau latar belakang masing-masing. Schramm juga

¹ Muhammad Luthfi, "Peran Komunikasi Dalam Organisasi Perusahaan," *Jurnal Warta* 54, no. 9 (2017): 1689–99.

² Ariel Angelo Nanlohy & Chontina Siahaan, "Peran Komunikasi Dalam Suatu Organisasi The Role of Communication in an Organization," *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial* 1, no. 2 (2021): 104.

³ Dwi Nurina Pitasari, "Pengaruh Gaya Komunikasi Pimpinan Terhadap Peningkatan Kinerja Pegawai Di Perpustakaan Institut Teknologi Bandung," *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan* 3, no. 2 (2015): 205–20.

⁴ Syayidatul Zuhrah Al-Munawara et al, "Penerapan Model Komunikasi Schramm Pada Pembelajaran Teks Berita Kelas VII Di SMP Islam Bungoro," *TITIK DUA Jurnal Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia* 4, no. 2 (2024).

menekankan bahwa komunikasi akan lebih berhasil jika ada tanggapan (umpan balik) dari penerima dan jika pesan disampaikan sesuai dengan situasi atau keadaan yang tepat.

Salah satu aspek penting dalam komunikasi organisasi adalah bagaimana pesan-pesan etika dan nilai moral disampaikan secara efektif kepada anggota organisasi.⁵ Pimpinan memiliki tanggung jawab moral dan struktural untuk menjadi teladan dalam menerapkan prinsip-prinsip etis, termasuk dalam komunikasi sehari-hari.⁶ Dalam konteks masyarakat Indonesia yang religius, nilai-nilai komunikasi Islami dapat menjadi dasar dalam membentuk interaksi yang santun, jujur, dan bertanggung jawab.⁷ Menurut Marwah, etika komunikasi Islami tidak hanya mengatur apa yang dikatakan, tetapi juga bagaimana menyampaikannya, dengan mempertimbangkan nilai-nilai seperti keadilan, kejujuran, kesabaran, dan kelembutan.⁸

Sebagaimana pesan-pesan etika pimpinan pada suatu lembaga perusahaan Shopee Express Medan Helvetia Hub, sebagai salah satu pusat operasional jasa pengiriman yang memiliki intensitas komunikasi tinggi antara pimpinan dan kurir, menjadi representasi yang menarik untuk dikaji. Pada hakikatnya, model komunikasi pimpinan yang Islami mencerminkan prinsip-prinsip seperti: menyampaikan dengan benar, jujur, dapat dipercaya, dan bijaksana.⁹ Ketika prinsip-prinsip ini terintegrasi dalam gaya komunikasi pimpinan, maka bawahan tidak hanya memahami tugasnya, tetapi juga merasa dihargai, dididik, dan diperlakukan secara adil, selain itu faktor keteladanan yang dilakukan oleh pimpinan yang tentunya berdampak langsung pada peningkatan etika kerja, loyalitas, serta kualitas pelayanan dan produktivitas sebagai bawahan di perusahaan Shopee Express Medan Helvetia Hub.

Namun kenyataannya, penerapan nilai-nilai tersebut masih menghadapi tantangan di lapangan, khususnya dalam konteks Shopee Express Medan Helvetia Hub. Berdasarkan hasil temuan di awal dilapangan, permasalahan utama yang dihadapi adalah kurangnya etika komunikasi Islami pada sebagian kurir. Banyak kasus ditemukan di mana kurir menunjukkan sikap yang tidak sopan, tidak sabar, bahkan kurang tanggung jawab dalam menyampaikan barang atau menjawab pertanyaan konsumen. Hal ini tidak hanya merusak citra perusahaan, tetapi juga bertentangan dengan nilai-nilai dasar ajaran Islam yang menuntun umatnya untuk berperilaku mulia dalam setiap lini kehidupan, termasuk saat bekerja.

Permasalahan tersebut tidak bisa dilepaskan dari minimnya pembinaan berbasis nilai Islam yang dilakukan oleh pimpinan kepada kurir. Dalam rutinitas operasional yang padat, pembinaan sering kali hanya berfokus pada teknis pengantaran dan ketepatan waktu, tanpa menyentuh aspek moral dan etika. Padahal, pembinaan yang terintegrasi dengan nilai-nilai Islam sangat penting dalam membentuk perilaku kerja yang berakhlak

⁵ Nana Triapnita Nainggolan et al, *Komunikasi Organisasi: Teori, Inovasi Dan Etika* (Medan: Penerbit Yayasan Kita Menulis, 2021).

⁶ Arista Indah Putri et al., "Hubungan Antara Sikap Kepemimpinan Dengan Etika Organisasi: Suatu Tinjauan," *JISI POL (Jurnal Stisipol) Raja Haji Tanjungpinang* 2, no. 1 (2020): 330–44.

⁷ Burhanudin Burhanudin and Abdul Rahman Rojali, "Membangun Harmoni Kehidupan Dengan Etika Komunikasi Islam," *Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah Dan Kemasyarakatan* 26, no. 1 (2022): 51.

⁸ Nur Marwah, "Etika Komunikasi Islam," *Al-Din Jurnal Dakwah Dan Sosial Keagamaan* 7, no. 1 (2021).

⁹ Muhammad Saleh, "Etika Komunikasi Islami: Solusi Untuk Kesuksesan Organisasi," *Liwaul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah Dan Masyarakat Islam* 14, no. 1 (2024): 27.

dan profesional. Selain itu, terdapat hambatan dalam penyampaian pesan-pesan etis dari pimpinan ke kurir, baik karena perbedaan latar belakang pendidikan, tingkat pemahaman, maupun karena pola komunikasi yang belum efektif. Komunikasi satu arah yang formal dan kurang menyentuh aspek emosional serta spiritual sering kali tidak menyentuh kesadaran mendalam para kurir. Akibatnya, pesan-pesan yang disampaikan tidak mampu menginternalisasi nilai-nilai etis yang diharapkan.

Masalah lainnya adalah kurangnya evaluasi dan pengawasan terhadap praktik komunikasi kurir di lapangan. Banyak perilaku menyimpang yang tidak tercatat atau tidak ditindaklanjuti secara serius oleh pihak manajemen. Hal ini membuat kurir merasa tidak terikat pada standar etika tertentu, dan memunculkan budaya kerja yang permisif terhadap perilaku yang kurang sopan atau tidak profesional dalam berkomunikasi dengan pelanggan. Kondisi ini diperburuk oleh mudahnya proses perekrutan kurir tanpa mempertimbangkan latar belakang pendidikan atau kompetensi komunikasi mereka. Dalam banyak kasus lain, kurir direkrut dengan standar yang longgar, bahkan ada yang hanya berpendidikan sampai tingkat SMP. Rendahnya tingkat pendidikan formal ini berpengaruh pada cara berkomunikasi mereka yang kadang tidak sesuai dengan standar pelayanan profesional, apalagi jika dihubungkan dengan etika komunikasi Islami. Dalam konteks inilah, peran pimpinan menjadi sangat penting.

Model komunikasi pimpinan dalam membina dan mengarahkan kurir menjadi faktor krusial dalam membentuk budaya komunikasi Islami di lingkungan kerja. Seorang pimpinan yang komunikatif, membangun hubungan yang hangat, dan mampu menanamkan nilai-nilai keislaman secara sistematis akan berperan sebagai role model bagi bawahannya.¹⁰ Padahal, mengidentifikasi pola komunikasi yang efektif antara pimpinan dan kurir dapat menjadi kunci dalam mengatasi berbagai masalah etika komunikasi yang terjadi di lapangan. Penelitian ini penting untuk mengisi kekosongan tersebut, khususnya dalam konteks Shopee Express Medan Helvetia Hub yang menjadi titik layanan penting di wilayah Sumatera Utara. Menurut Hasil penelitian yang dilakukan oleh Bimantara, bahwa model komunikasi pimpinan yang dimaksud mencakup cara penyampaian pesan, pendekatan interpersonal, penggunaan bahasa yang mendidik, serta frekuensi dan konsistensi pembinaan yang diberikan.¹¹

Meskipun penelitian mengenai model komunikasi pimpinan shopee express sudah pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Rizqi Wahyu Widodo, dengan judul: Peran Komunikasi dalam Kepemimpinan dalam Meningkatkan Kinerja Kurir di shopee Express Garum Blitar. Penelitian ini berfokus pada hubungan antara komunikasi yang dilakukan oleh pemimpin dan peningkatan kinerja kurir secara umum. Tujuan utama dari penelitian ini adalah melihat bagaimana gaya komunikasi, intensitas komunikasi, dan keterbukaan informasi dari pimpinan berpengaruh langsung terhadap motivasi kerja, efektivitas tugas, dan capaian target kurir di lapangan.¹²

¹⁰ Dwi Nurina Pitasari, "Pengaruh Gaya Komunikasi Pimpinan Terhadap Peningkatan Kinerja Pegawai Di Perpustakaan Institut Teknologi Bandung."

¹¹ abdi Mayu Bimantara, "Pengaruh Beban Kerja, Lingkungan Kerja Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Pada Kurir Pt J&T Express Manado Pada Masa Pandemi Covid-19," *Jurnal EMBA* 9, no. 4 (2021).

¹² Rizqi Wahyu Widodo, "Peran Komunikasi Dalam Kepemimpinan Dalam Meningkatkan Kinerja Kurir Di Shopee Express Garum Blitar" (Universitas Islam Balitar, 2024).

Sementara itu, penelitian "Model Komunikasi Pimpinan Shopee Express Medan Helvetia Hub dalam Meningkatkan Etika Komunikasi Islami Kurir" lebih menekankan pada dimensi *etika dan nilai* dalam komunikasi pimpinan, khususnya yang berlandaskan pada prinsip-prinsip komunikasi Islami. Fokus utamanya bukan hanya bagaimana komunikasi dilakukan secara efektif, tetapi bagaimana pesan-pesan etis, nilai-nilai moral, dan karakter Islami disampaikan oleh pimpinan kepada kurir. Penelitian ini mengkaji proses pembinaan akhlak melalui komunikasi, serta bagaimana nilai-nilai seperti kejujuran (*shidq*), amanah, dan kesantunan dibentuk dalam lingkungan kerja.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Helmi Attallah dan Sri Isnowati dengan judul: "Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Budaya Organisasi, dan Kepuasan Kerja Terhadap *Turnover Intention* di Shopee Express Tembalang Hub".¹³ Adapun yang membedakan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan adalah bahwa penelitian ini memiliki keunggulan dibandingkan penelitian sebelumnya karena tidak hanya membahas hubungan antar variabel manajerial seperti gaya kepemimpinan dan kepuasan kerja, tetapi juga menggali nilai-nilai keislaman dalam komunikasi pimpinan. Fokus utamanya adalah bagaimana pimpinan Shopee Express Medan Helvetia Hub membangun model komunikasi yang dapat meningkatkan etika komunikasi Islami para kurir. Pendekatan ini memberi nilai tambah karena menyentuh aspek moral dan spiritual yang penting dalam membentuk sikap kerja yang jujur, sopan, dan bertanggung jawab. Selain itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang lebih mendalam, sehingga mampu menggambarkan secara nyata interaksi antara pimpinan dan kurir dalam keseharian kerja. Hal ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang bersifat kuantitatif dan hanya menganalisis data statistik. Dengan konteks lokal yang kuat dan pendekatan nilai Islami, penelitian ini memberikan sumbangan baru dalam pengembangan komunikasi organisasi yang tidak hanya efektif secara teknis, tetapi juga selaras dengan budaya kerja dan nilai religius para pekerja.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menggali secara mendalam model komunikasi pimpinan Shopee Express Medan Helvetia Hub dalam membentuk dan meningkatkan etika komunikasi Islami kurir. Fokusnya adalah melihat bagaimana pimpinan merancang, menyampaikan, dan mengevaluasi komunikasi dalam rangka membina kurir agar mampu berkomunikasi dengan sopan, jujur, dan profesional sesuai nilai-nilai Islam. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan strategi komunikasi pimpinan yang efektif dan aplikatif dalam meningkatkan etika komunikasi kurir. Hasil penelitian ini juga diharapkan memberikan kontribusi positif dalam pengembangan manajemen sumber daya manusia di perusahaan jasa logistik yang berbasis nilai-nilai keislaman, serta menjadi acuan bagi perusahaan sejenis dalam membangun budaya kerja yang komunikatif dan berakhlak.

Metode Penelitian

Adapun jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif berfungsi untuk menjelaskan suatu fenomena-fenomena yang terdapat dimasyarakat

¹³ Helmi Attallah & Sri Isnowati, "Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Budaya Organisasi, Dan Kepuasan Kerja Terhadap *Turnover Intention* Di Shopee Express Tembalang Hub," *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 7, no. 2 (2024): 2181–2200.

untuk mengetahui hal-hal apa saja yang menjadi kendala atau mungkin menjadi permasalahan yang terbilang sulit untuk diungkapkan.¹⁴ Sedangkan pendekatan penelitian yang digunakan adalah studi kasus, yaitu suatu pendekatan yang bertujuan untuk mengkaji secara intensif dan mendalam mengenai suatu kasus tertentu dalam konteks kehidupan nyata.¹⁵ Studi kasus dalam konteks ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi bagaimana model komunikasi pimpinan Shopee Express Medan Helvetia Hub diterapkan dalam upaya meningkatkan etika komunikasi Islami kurir, dengan mempertimbangkan dinamika internal, praktik kepemimpinan, serta respons para kurir terhadap proses komunikasi yang berlangsung

Adapun lokasi sebagai tempat penelitian ini adalah di Jalan Kapten Sumarsono (Depan Alfamidi Soemarsono) Gudang Shopee Express Medan Helvetia Hub (Last Mile), Sumatera Utara. Sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu sumber data primer dan sekunder. Data primer informasi yang penulis peroleh secara langsung melalui wawancara dengan Kepala Gudang selaku pimpinan Shopee Express Medan Helvetia Hub yaitu bapak M. Fauzan Syafiq dan tiga orang kurir yaitu Ogi Saputra, Rianda Gunawan, dan M. Harry Prabudi. Sedangkan data sekunder data pendukung yang relevan untuk penelitian ini terdiri dari dokumen-dokumen yang secara erat terkait dengan masalah penelitian.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu model interaktif yang merujuk pada konsep yang ditawarkan oleh Miles, Huberman dan Saldana, dengan langkah-langkah, yaitu: kondensasi data/ Reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Teknik keabsahan data menggunakan dua cara, berupa: triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Teknik keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan dua metode: triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan data yang diperoleh dari berbagai sumber untuk memastikan konsistensi informasi. Sedangkan triangulasi teknik dilakukan dengan menggunakan berbagai metode pengumpulan data, seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi, untuk menguji validitas temuan penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Model Komunikasi Pimpinan Shopee Express Medan Helvetia Hub dalam Meningkatkan Etika Komunikasi Islami Kurir

Komunikasi merupakan proses saling bertukar pesan atau informasi yang terjadi antara individu, kelompok, organisasi, hingga masyarakat luas. Kata "komunikasi" berasal dari bahasa Inggris *communication*, sedangkan dalam bahasa Arab dikenal dengan istilah *tawashul* dan *ittishal*, yang sama-sama merujuk pada hubungan atau keterhubungan antar

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)* (Bandung: Alfabeta, 2015).

¹⁵ Zuhcri Abdussamad, "Metode Penelitian Kualitatif," (Makasar: CV. Syakir Media Press) 1, no. 2 (2021): 23.

pihak.¹⁶ Secara istilah, beberapa ahli mendefinisikan komunikasi sebagai sarana penyampaian ide, perasaan, pengetahuan, maupun informasi lainnya dengan menggunakan simbol-simbol tertentu, seperti kata-kata, gambar, angka, atau tanda-tanda lainnya. Salah satunya, menurut Berelson & Steiner, komunikasi dipahami sebagai proses penyampaian gagasan dan pengalaman melalui media simbolik yang dapat dimengerti bersama.¹⁷

Komunikasi menjadi salah satu bagian terpenting untuk mencapai tujuan suatu organisasi.¹⁸ Komunikasi menjadi peranan terpenting dalam Organisasi karena segala aktivitas organisasi tidak akan lepas dari komunikasi.¹⁹ Akan tetapi dalam berkomunikasi pentingnya menyampaikan pesan sesuai dengan etika komunikasi yang santun. Sebagaimana etika komunikasi dalam Islam merupakan konsep yang mengatur bagaimana manusia berkomunikasi berdasarkan nilai-nilai dan ajaran Islam. Dalam perspektif Islam, komunikasi bukan hanya proses menyampaikan pesan, tetapi juga ibadah yang mengandung dimensi akhlak dan tanggung jawab moral. Etika ini meliputi prinsip-prinsip seperti kejujuran (*shidq*), dapat dipercaya (*amanah*), penyampaian yang benar dan jelas (*tabligh*), serta kebijaksanaan dalam tutur kata (*fathanah*). Komunikasi Islami juga menganjurkan penggunaan bahasa yang santun (*qaulan layyina*), baik (*qaulan ma'rufa*), dan benar (*qaulan sadida*).²⁰ Sebagaimana tercantum dalam Alquran dalam surah Al-Isra' ayat 53 sebagai berikut.

وَقُلْ لِّعِبَادِي يَقُولُوا الَّذِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ الشَّيْطَانَ يَنْزِعُ بَيْنَهُمْ إِنَّ الشَّيْطَانَ كَانَ لِلْإِنْسَانِ عَدُوًّا مُّبِينًا ﴿٥٣﴾

Artinya: Dan katakanlah kepada hamba-hamba-Ku, hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang lebih baik (santun). Sesungguhnya setan itu menimbulkan perselisihan di antara mereka. Sesungguhnya setan adalah musuh yang nyata bagi manusia.

Ayat ini menunjukkan bahwa Allah memerintahkan setiap Muslim untuk menggunakan perkataan yang baik, lembut, dan tidak menyakitkan dalam berbicara dengan sesama. Komunikasi yang kasar, menyakitkan, atau menyinggung membuka ruang bagi setan untuk menimbulkan konflik. Oleh karena itu, komunikasi Islami menekankan pentingnya bahasa yang santun dan menenangkan, baik dalam kehidupan sosial maupun profesional.

Etika komunikasi dalam Islam tidak hanya dilihat dari apa yang dikomunikasikan, tetapi juga bagaimana, kapan, dan dengan tujuan apa komunikasi tersebut dilakukan. Hal

¹⁶ Taufik Rachman, "Etika Komunikasi Islam Dalam Berbagai Perspektif (Intrapersonal, Interpersonal Dan Kelompok Kecil)," *Hikmah* 16, no. 1 (2022): 35.

¹⁷ Dzakyah Putri Nurul Latiffah & Sri Ayu Rayhaniah, "Etika Komunikasi Dalam Perspektif Islam Menurut Prof. Dr. Syukur Kholil, MA," *Rosiding Webinar Internasional Ulama Tafsir Dan Hadis DI NUSANTARA*, no. May (2022).

¹⁸ Danil Gusrianto et al, "Komunikasi Efektif Dalam Organisasi," *Jurnal Bening* 10, no. 1 (2023): 309.

¹⁹ Siti Homsah & Adhi Kusuma, "Membangun Komunikasi Efektif Dalam Organisasi," *JIPMuktj: Jurnal Ilmu Pendidikan Muhammadiyah Kramat Jati* 5, no. 1 (2024): 215.

²⁰ Muslimah, "Etika Komunikasi Dalam Perspektif Islam," *Sosial Budaya* 13, no. 2 (2016): 118.

ini menekankan bahwa komunikasi yang benar menurut Islam harus menjaga niat yang tulus, menghindari ghibah (menggunjing), *namimah* (adu domba), dan berkata kasar.²¹ Oleh karena itu, dalam konteks organisasi atau tempat kerja, komunikasi Islami menjadi fondasi penting untuk menciptakan hubungan kerja yang sehat, harmonis, dan saling menghargai antar individu, khususnya antara pimpinan dan bawahan.

Dalam konteks penelitian ini, etika komunikasi Islami menjadi dasar penting bagi model komunikasi yang dibangun oleh pimpinan Shopee Express Medan Helvetia Hub. Pimpinan sadar bahwa dalam membina dan mengarahkan para kurir, bukan hanya instruksi teknis yang perlu disampaikan, melainkan juga nilai-nilai etis yang mengatur cara berbicara, bersikap, dan berinteraksi, baik dengan sesama kurir maupun dengan pelanggan. Penerapan komunikasi Islami oleh pimpinan dilakukan melalui berbagai strategi informal seperti pengarahan mingguan, pesan-pesan motivasi, dan dialog dua arah secara langsung.

Berdasarkan hasil temuan di lapangan bahwa model komunikasi pimpinan Shopee Express Medan Helvetia Hub cenderung bersifat partisipatif dan persuasif. Pimpinan tidak hanya memberi perintah satu arah, tetapi juga membuka ruang diskusi, menerima masukan, dan menegaskan nilai-nilai seperti kejujuran, kesabaran, dan tanggung jawab. Dalam beberapa kesempatan, pimpinan menyisipkan prinsip Islami dalam pengarahan harian untuk menanamkan kesadaran moral pada para kurir yaitu memberikan pelayanan yang ramah tamah kepada konsumen. Ini menjadi salah satu bentuk internalisasi nilai *tabligh* (penyampaian kebenaran) dan *ta'dib* (pendidikan akhlak) melalui komunikasi organisasi yang sesuai dengan nilai-nilai Islami yang diajarkan oleh Nabi Muhammad.

Selain itu, pimpinan juga menerapkan pendekatan *qaulan sadida* dan *qaulan layyina* dengan menyampaikan pesan secara tegas namun tetap ramah. Ketika ada kesalahan yang dilakukan kurir, pimpinan cenderung memberi teguran dengan pendekatan yang edukatif dan tidak menjatuhkan harga diri. Hal ini sesuai dengan prinsip dalam komunikasi Islami yang mengedepankan perbaikan (*islah*) dan bukan penghukuman. Akibatnya, hubungan antara pimpinan dan kurir menjadi lebih harmonis, dan kurir lebih mudah menerima masukan.

Meskipun, pimpinan Shopee Express Medan Helvetia Hub sebenarnya telah berupaya menerapkan model komunikasi yang mengedepankan nilai-nilai etika Islami dalam membina para kurir. Model komunikasi ini bertujuan membentuk sikap sopan, ramah, dan profesional dalam setiap interaksi kerja. Namun, dalam praktiknya, masih ditemukan beberapa kurir yang belum mampu menerapkan etika komunikasi sesuai dengan ajaran Islam secara maksimal.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan pimpinan Shopee Express Medan Helvetia Hub, sikap sebagian kurir yang kurang sopan atau tidak santun dalam berkomunikasi disebabkan oleh latar belakang pendidikan yang relatif rendah serta minimnya pemahaman terhadap ajaran Islam, terutama dalam aspek etika. Kurir dengan kondisi tersebut cenderung kesulitan memahami pesan-pesan etis yang disampaikan secara tersirat atau dalam bentuk simbolik. Hal ini menjadi tantangan tersendiri dalam proses internalisasi nilai-nilai komunikasi Islami. Oleh karena itu, dibutuhkan pendekatan komunikasi yang lebih sederhana, langsung, dan kontekstual, serta mampu menyentuh

²¹ Burhanudin and Rojali, "Membangun Harmoni Kehidupan Dengan Etika Komunikasi Islam."

aspek emosional dan spiritual para kurir. Pendekatan semacam ini diharapkan dapat mempermudah mereka dalam memahami dan menghayati nilai-nilai etika Islami, sehingga dapat diterapkan secara konsisten dalam interaksi kerja maupun pelayanan kepada pelanggan.

Lalu berdasarkan hasil wawancara dengan kurir menyatakan bahwa pendekatan komunikasi pimpinan Shopee Express Medan Helvetia sudah mengedepankan etika dan nilai Islami membuat mereka merasa lebih dihargai dan terdorong untuk memperbaiki cara mereka berkomunikasi dengan pelanggan. Sikap seperti berkata sopan, tidak membentak, meminta maaf, dan bersabar dalam menghadapi komplain pelanggan menjadi lebih terbiasa dilakukan. Artinya, komunikasi pimpinan memiliki dampak positif terhadap peningkatan kualitas komunikasi kurir di lapangan. Pimpinan juga selalu mengedepankan model komunikasi dua arah jika ada permasalahan yang terjadi di lapangan, mendengarkan dari kedua sisi lalu memutuskan tindakan apa yang akan diambil. Kurir merasa lebih dihargai dengan model komunikasi pimpinan yang seperti itu.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan sejumlah pelanggan, diketahui bahwa meskipun pendekatan komunikasi pimpinan sudah diarahkan pada prinsip-prinsip Islami, tidak semua kurir mampu menghayati dan menjalankannya secara konsisten. Masih ada kurir yang menunjukkan sikap kurang sopan, acuh tak acuh, bahkan bersikap kasar atau mudah marah saat berinteraksi dengan pelanggan. Hal ini menunjukkan perlunya pembinaan yang lebih intensif dan pendekatan yang lebih menyentuh aspek kepribadian serta spiritualitas kurir.

Model komunikasi yang diterapkan pimpinan juga memperlihatkan adanya unsur *syura* (musyawarah) dalam menyelesaikan masalah kerja. Pimpinan tidak mengambil keputusan sepihak, tetapi sering kali mengajak kurir berdiskusi untuk mencari solusi bersama. Hal ini membentuk iklim komunikasi yang demokratis dan terbuka, serta memperkuat nilai tanggung jawab bersama dalam pelaksanaan tugas. Ini sejalan dengan prinsip komunikasi Islami yang memandang komunikasi sebagai proses kolaboratif untuk mencapai kemaslahatan bersama.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa model komunikasi pimpinan Shopee Express Medan Helvetia Hub telah mempraktikkan prinsip-prinsip etika komunikasi Islami secara cukup konsisten, meskipun masih perlu diperkuat dalam hal penyederhanaan pesan, evaluasi terstruktur, dan pendampingan rutin. Etika komunikasi Islami yang diterapkan mampu membentuk kurir yang tidak hanya profesional dalam tugasnya, tetapi juga berkarakter dalam sikap dan tutur katanya. Hal ini membuktikan bahwa komunikasi Islami sangat relevan dan aplikatif dalam membina sumber daya manusia di dunia kerja modern.

Faktor-faktor Pendukung dan Penghambat Pimpinan Shopee Express Medan Helvetia Hub dalam Meningkatkan Etika Komunikasi Islami Kurir

Peningkatan etika komunikasi Islami di lingkungan kerja, khususnya di Shopee Express Medan Helvetia Hub, sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor pendukung yang mendukung keberhasilan pimpinan dalam menyampaikan nilai-nilai tersebut kepada para kurir. Salah satu faktor pendukung utama adalah karakter dan keteladanan pimpinan.

Pimpinan yang memiliki latar belakang religius yang baik dan menunjukkan konsistensi dalam perilaku komunikatif Islami akan menjadi panutan bagi bawahan. Keteladanan ini secara tidak langsung memberikan dampak psikologis dan moral terhadap kurir untuk meniru dan menerapkan sikap komunikasi yang etis.

Faktor pendukung kedua adalah iklim organisasi yang terbuka dan komunikatif. Di Shopee Express Medan Helvetia Hub, suasana kerja yang dibangun oleh pimpinan sangat terbuka, di mana kurir diberi ruang untuk menyampaikan pendapat, keluhan, maupun masukan. Keterbukaan ini memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah yang sehat dan transparan. Dalam iklim seperti ini, nilai-nilai komunikasi Islami seperti *shidq* (jujur) dan *amanah* (dapat dipercaya) lebih mudah ditumbuhkan karena adanya kepercayaan antara pimpinan dan kurir.

Selain itu, adanya komunitas internal dan grup komunikasi digital seperti WhatsApp group juga menjadi sarana efektif untuk menyampaikan pesan-pesan Islami secara konsisten. Melalui platform ini, pimpinan dapat menyisipkan kalimat-kalimat yang santun, kutipan motivasi Islami, atau sekadar mengingatkan kurir untuk menjaga akhlak dalam bekerja. Media komunikasi ini menjadi faktor teknis yang memudahkan internalisasi nilai-nilai Islami dalam kehidupan kerja sehari-hari, meskipun secara informal.

Faktor pendukung lainnya adalah pengalaman kerja kurir yang sudah cukup lama, sehingga mereka memiliki pemahaman dasar tentang pentingnya komunikasi yang baik dengan pelanggan. Kurir yang sudah bekerja lebih dari satu tahun umumnya memiliki kesadaran lebih tinggi tentang pentingnya etika dalam pelayanan. Dengan pendekatan pimpinan yang Islami, nilai-nilai yang disampaikan menjadi lebih mudah diterima karena relevan dengan pengalaman dan tantangan mereka di lapangan.

Namun demikian, terdapat pula sejumlah faktor penghambat dalam upaya pimpinan meningkatkan etika komunikasi Islami. Salah satunya adalah perbedaan latar belakang keagamaan dan tingkat pemahaman keislaman kurir. Tidak semua kurir memiliki pemahaman yang sama terhadap ajaran Islam, terutama mengenai prinsip-prinsip komunikasi Islami. Akibatnya, nilai-nilai yang disampaikan oleh pimpinan tidak selalu ditangkap secara utuh atau bahkan diabaikan.

Faktor penghambat lainnya adalah beban kerja yang tinggi dan tekanan target pengiriman. Dalam dunia logistik, kecepatan dan ketepatan waktu menjadi prioritas utama. Tekanan tersebut seringkali membuat kurir lebih fokus pada pencapaian target dibandingkan mempraktikkan komunikasi yang etis. Dalam kondisi lelah atau tertekan, kurir lebih rentan bersikap kasar atau tidak sabar kepada pelanggan, meskipun mereka telah dibekali dengan pesan-pesan Islami dari pimpinan.

Selanjutnya, kurangnya pelatihan atau forum formal yang secara khusus membahas komunikasi Islami juga menjadi kendala. Selama ini, internalisasi nilai-nilai Islami dilakukan secara informal melalui pengarahan singkat atau komunikasi harian. Tanpa adanya pelatihan khusus yang terstruktur, pemahaman kurir terhadap konsep etika komunikasi Islami cenderung dangkal dan situasional. Hal ini membuat penerapan nilai tersebut tidak merata di antara seluruh kurir. Terakhir, kurangnya evaluasi dan tindak lanjut terhadap perilaku komunikasi kurir juga menghambat proses peningkatan etika. Meskipun pimpinan telah menyampaikan nilai-nilai Islami, namun jika tidak diikuti dengan pemantauan dan umpan balik secara berkala, maka kurir akan cenderung

mengabaikannya. Evaluasi yang terukur dan berkelanjutan penting untuk memastikan bahwa pesan-pesan yang disampaikan benar-benar diterapkan dalam perilaku sehari-hari. etika komunikasi Islami secara cukup konsisten, meskipun masih perlu diperkuat dalam hal penyederhanaan pesan, evaluasi terstruktur, dan pendampingan rutin. Etika komunikasi Islami yang diterapkan mampu membentuk kurir yang tidak hanya profesional dalam tugasnya, tetapi juga berkarakter dalam sikap dan tutur katanya. Hal ini membuktikan bahwa komunikasi Islami sangat relevan dan aplikatif dalam membina sumber daya manusia di dunia kerja modern.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pimpinan Shopee Express Medan Helvetia Hub menerapkan model komunikasi partisipatif dan persuasif dengan pendekatan humanistik yang mengedepankan nilai-nilai Islam. Model komunikasi ini dilakukan melalui beberapa langkah strategis seperti membuka ruang diskusi, memberi dan menerima masukan, menanamkan kesadaran moral, serta menyampaikan pesan secara tegas namun tetap ramah. Pendekatan ini terbukti mampu membangun etika komunikasi Islami yang relevan dan aplikatif dalam aktivitas kerja kurir sehari-hari, serta memperkuat hubungan kerja yang saling menghormati dan mendukung.

Dalam hal ini model komunikasi yang digunakan pimpinan Shopee Express Medan Helvetia Hub sesuai dengan apa yang penulis harapkan yaitu menggunakan model komunikasi yang menekankan pentingnya proses encoding dan decoding pesan, serta adanya feedback dalam komunikasi. Dalam konteks ini, pimpinan berperan sebagai komunikator yang mampu menyajikan pesan-pesan etis Islami ke dalam bahasa yang mudah dipahami kurir, sementara kurir memberikan respons sebagai bentuk umpan balik yang menjadi bagian dari siklus komunikasi yang berkesinambungan. Model ini sangat relevan karena menekankan bahwa komunikasi yang efektif terjadi ketika kedua belah pihak memiliki pengalaman yang relatif serupa, yang dalam penelitian ini dibangun melalui pendekatan yang humanis dan Islami.

Keberhasilan model komunikasi ini tidak terlepas dari peran kepemimpinan yang visioner, budaya kerja yang terbuka, dan lingkungan kerja yang mendukung. Namun demikian, terdapat tantangan yang perlu diperhatikan, seperti rendahnya tingkat pendidikan beberapa kurir dan kurangnya pemahaman mendalam terhadap nilai-nilai etika Islami. Oleh karena itu, dibutuhkan pendekatan komunikasi yang lebih sederhana dan berkelanjutan, serta pelatihan yang menekankan pada internalisasi nilai etika Islam secara konsisten agar komunikasi yang santun, jujur, dan berakhlak mulia benar-benar dapat diterapkan dalam setiap interaksi kerja.

Referensi

- Abdussamad, Z. "Metode Penelitian Kualitatif." (Makasar: CV. Syakir Media Press) 1, no. 2 (2021): 23.
- Al-Munawara, S. Z., et al. "Penerapan Model Komunikasi Schramm Pada Pembelajaran Teks

- Berita Kelas VII Di SMP Islam Bungoro.” *TITIK DUA Jurnal Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia* 4, no. 2 (2024).
- Attallah, H & Isnawati, S. “Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Budaya Organisasi, Dan Kepuasan Kerja Terhadap Turnover Intention Di Shopee Express Tembalang Hub.” *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 7, no. 2 (2024): 2181–2200.
- Bimantara, A. M. “Pengaruh Beban Kerja, Lingkungan Kerja Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Pada Kurir Pt J&T Express Manado Pada Masa Pandemi Covid-19.” *Jurnal EMBA* 9, no. 4 (2021).
- Burhanudin, & Rojali, A. R. “Membangun Harmoni Kehidupan Dengan Etika Komunikasi Islam.” *Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah Dan Kemasyarakatan* 26, no. 1 (2022): 51–69. doi:10.15408/dakwah.v26i1.28835.
- Gusrianto, D., et al. “Komunikasi Efektif Dalam Organisasi.” *Jurnal Bening* 10, no. 1 (2023): 309–16. doi:10.59996/cendib.v1i3.318.
- Homsah, S & Kusuma, A. “Membangun Komunikasi Efektif Dalam Organisasi.” *JIPMuktj: Jurnal Ilmu Pendidikan Muhammadiyah Kramat Jati* 5, no. 1 (2024): 215.
- Latiffah, D. P. N., & Rayhaniah, S. A. “Etika Komunikasi Dalam Perspektif Islam Menurut Prof. Dr. Syukur Kholil, MA.” *ROSIDING WEBINAR INTERNASIONAL ULAMA TAFSIR DAN HADIS DI NUSANTARA*, no. May (2022). doi:10.31219/osf.io/tsgxe.
- Luthfi, M. “Peran Komunikasi Dalam Organisasi Perusahaan.” *Jurnal Warta* 54, no. 9 (2017): 1689–99.
- Marwah, N. “Etika Komunikasi Islam.” *Al-Din Jurnal Dakwah Dan Sosial Keagamaan* 7, no. 1 (2021).
- Muslimah. “Etika Komunikasi Dalam Perspektif Islam.” *Sosial Budaya* 13, no. 2 (2016): 118.
- Nanlohy, A. A & Siahaan, C. “Peran Komunikasi Dalam Suatu Organisasi The Role of Communication in an Organization.” *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial* 1, no. 2 (2021): 104–8. doi:10.47233/jkomdis.v1i2.40.
- Nainggolan, N. T., et al. *Komunikasi Organisasi: Teori, Inovasi Dan Etika*. Medan: Penerbit Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Pitasari, D. N. “Pengaruh Gaya Komunikasi Pimpinan Terhadap Peningkatan Kinerja Pegawai Di Perpustakaan Institut Teknologi Bandung.” *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan* 3, no. 2 (2015): 205–20. file:///C:/Users/HP/Downloads/9996-18699-3-PB.pdf.
- Putri, A. I., Junriana., Sujono, A., Nova, S. E., & Erheriyanti. “Hubungan Antara Sikap Kepemimpinan Dengan Etika Organisasi: Suatu Tinjauan.” *JISIPOL (JURNAL STISIPOL) RAJA HAJI TANJUNGPINANG* 2, no. 1 (2020): 330–44.
- Rachman, T. “Etika Komunikasi Islam Dalam Berbagai Perspektif (Intrapersonal, Interpersonal Dan Kelompok Kecil).” *Hikmah* 16, no. 1 (2022): 35.
- Saleh, M. “Etika Komunikasi Islami: Solusi Untuk Kesuksesan Organisasi.” *Liwaul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah Dan Masyarakat Islam* 14, no. 1 (2024): 27–46. doi:10.47766/liwauldakwah.v14i1.2756.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Widodo, R. W. “Peran Komunikasi Dalam Kepemimpinan Dalam Meningkatkan Kinerja Kurir Di Shopee Express Garum Blitar.” Universitas Islam Balitar, 2024.