

## ABSTRAK

**Nor Zahroh. NIM: 1720310228. “Analisis Komunikasi Bisnis Islam dalam Meningkatkan Loyalitas SDM di CV Seleksi Alam Muria.” Program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Institut Agama Islam Negeri Kudus 2022.**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan komunikasi Islam dalam berbisnis yang dilakukan di CV Seleksi Alam Muria dalam meningkatkan loyalitas SDM, bagaimana dampak dan kendala dari upaya yang telah diterapkan. Jenis penelitian ini adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Teknik dalam pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi yang dilakukan secara langsung oleh peneliti. Teknik analisis data dengan menggunakan metode data koleksi, reduksi data, dan menarik kesimpulan/verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bentuk penerapan komunikasi bisnis Islam yang dilakukan CV Seleksi Alam Muria sesuai dengan konsep *celestial business* yaitu ZIKR (Zero base, Iman, Konsisten Result Oriented) dimana perusahaan tetap eksis dengan prinsip yang telah dibangun dari awal berdiri hingga sekarang yaitu *Kinship*, *Food* dan *Culture* dengan berbasis *spiritual company*, PIKR (Power sharing, Information, Knowledge, Reward) kekuatan perusahaan dalam upaya meningkatkan loyalitas SDM adalah sistem kekerabatan dimana SDM di CV Seleksi Alam Muria biasa disebut sebagai “kerabat Alammmu”, pendekatan terhadap SDM yang dapat dijalin dengan komunikasi seperti kerabat dekat. MIKR (Militan, Intelektual, Kompetitif, Regeneratif) sebagai perusahaan yang bisa dibilang sukses dan sebagai pengusaha spiritual melalui pendekatan ini telah memiliki sifat-sifat yang mumpuni dalam melakukan semua aktivitas manajerial.

Dampak yang dihasilkan dari penerapan komunikasi bisnis Islam di CV Seleksi Alam Muria dalam upaya meningkatkan loyalitas SDM yaitu: *Pertama*, terbentuknya kepribadian seorang pebisnis yang penuh kejujuran. *Kedua*, selalu menyampaikan informasi dengan akurat atau tidak mengada-ada. *Ketiga*, merasa mempunyai kebebasan dalam menyampaikan pendapat dan dapat dipertanggungjawabkan dengan segala informasi yang diberikan. *Keempat*, terdapat kritik yang membangun. *Kelima*, adil dan tidak memihak. *Keenam*, memiliki kebiasaan untuk tidak menjelek-jelekkkan satu sama lain. *Ketujuh*, tidak suka berburuk sangka atau *su'uzhan*.

Loyalitas SDM dapat dicapai perusahaan dengan memaksimalkan komunikasi yang tepat sesuai dengan latar belakang dan budaya masing-masing SDM yaitu komunikasi Bisnis Islam yang dipadukan dengan pelayanan berbasis *kinship* sesuai dengan prinsip perusahaan dan sesuai dengan *culture* perusahaan yaitu *spiritual company* sehingga komunikasi yang dilakukan CV Seleksi Alam Muria mudah diterima, inilah yang menjadi dasar SDM merasa “memiliki perusahaan” dan dapat meningkatkan loyalitas SDM di perusahaan.

**Kata Kunci: Komunikasi Bisnis Islam, Loyalitas SDM**