

**PERANAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL
ANTARA KARYAWAN DENGAN PELANGGAN
DALAM PENANAMAN AKHLAK DI TOKO MA'HAD AL-ZAYTUN**

Ridwan Daril Hakiki¹, Muhammad N. Abdurrazzaq², Wiena Safitri³,
Elang Bakhrudin⁴

^{1,2,3,4}Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia

ridwandarilhakiki462@gmail.com¹, kholish@iai-alzaytun.ac.id²,

wiena@iai-alzaytun.ac.id³, elangbakhruhin@yahoo.co.id⁴

ABSTRACT

This research discusses the role of interpersonal communication between employees and customers in instilling morality at Ma'had Al-Zaytun Store. The research aims to understand how interpersonal communication plays a role in shaping good behavior among employees and customers and to identify factors that support or hinder this process. This study uses a qualitative method with interviews, observations, and document collection as data collection techniques. The results of the study show that good interpersonal communication between employees and customers plays an important role in instilling morality at Ma'had Al-Zaytun Store. Good and attentive interactions enable the instillation of desired moral values and maintain a positive organizational culture. Supporting factors include friendliness, patience, honesty, thinking skills, and an open organizational culture, while inhibiting factors include unclear information, cultural differences, unprofessional handling of conflicts, and lack of specific training.

Keywords: *Role, Interpersonal Communication, Moral Cultivation, Shop.*

ABSTRAK

Penelitian ini membahas peranan komunikasi interpersonal antara karyawan dengan pelanggan dalam penanaman akhlak di Toko Ma'had Al-Zaytun. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunikasi interpersonal berperan dalam pembentukan perilaku baik di antara karyawan dan pelanggan serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung atau menghambatnya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan wawancara, observasi, dan pengumpulan dokumen sebagai teknik pengumpulan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal yang baik antara karyawan dan pelanggan berperan penting dalam penanaman akhlak di Toko Ma'had Al-Zaytun. Interaksi yang baik dan penuh perhatian memungkinkan penanaman nilai-nilai akhlak yang diinginkan dan mempertahankan budaya organisasi yang positif. Faktor-faktor pendukung termasuk keramahan, kesabaran, kejujuran, keterampilan berpikir, dan budaya organisasi yang terbuka, sedangkan faktor-faktor penghambatnya meliputi ketidakjelasan informasi, perbedaan budaya, ketidakprofesionalan dalam menangani konflik, dan minimnya pelatihan khusus.

Kata kunci: Peranan, Komunikasi Interpersonal, Penanaman Akhlak, Toko.

A. Pendahuluan

Dalam kehidupan sehari-hari,
komunikasi menjadi aspek esensial

yang tidak terpisahkan. Kita kerap
terlibat dalam interaksi dengan orang
lain, baik secara langsung maupun

tidak langsung. Komunikasi interpersonal, sebagai bagian dari komunikasi yang menjadi inti dari berbagai interaksi sosial, terjadi ketika pesan-pesan disampaikan dan diterima antara individu atau dalam kelompok kecil dengan respon yang langsung terjadi.

Komunikasi interpersonal melibatkan interaksi tatap muka antara individu dalam situasi sosial yang informal. Peran komunikasi ini sangat besar dalam kehidupan manusia, membentuk dasar dari hubungan yang harmonis di masyarakat. Oleh karena itu, penting untuk memahami bahwa komunikasi adalah elemen kunci dalam kehidupan kita, dan komunikasi yang efektif memungkinkan untuk membangun hubungan yang lebih baik antarmanusia.

Sebagaimana terdapat dalam Q.S An-Nahl: 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ
الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ
بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: "Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik, dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah

yang lebih mengetahui siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk."

Berdasarkan ayat tersebut, Allah SWT menekankan pentingnya menggunakan kata-kata yang baik dan tegas dalam berkomunikasi, baik dalam memberikan nasihat maupun dalam menyelesaikan suatu permasalahan. Dengan berbicara yang baik, akan diperoleh beberapa keuntungan seperti menarik perhatian pendengar dan menciptakan suasana yang santai. Dalam komunikasi interpersonal, berbicara dengan lembut akan menginspirasi pendengar dan memudahkan komunikasi antara masing-masing pihak.

Al-Qur'an menegaskan bahwa komunikasi adalah fitrah manusia. Allah berfirman dalam surat Ar-Rahman (55): 1-4:

الرَّحْمَنُ عَلَّمَ الْقُرْآنَ خَلَقَ الْإِنْسَانَ عَلَّمَهُ الْبَيَانَ

Artinya: "(Allah) Maha Penyayang yang mengajarkan Al-Qur'an. Dia menciptakan manusia dan mengajarnya berbicara dengan baik."

Dalam konteks penelitian ini, berjudul "Peranan Komunikasi

Interpersonal dalam Penanaman Akhlak antara Karyawan dengan Pelanggan di Toko Ma'had Al-Zaytun", komunikasi interpersonal diartikan sebagai strategi penyampaian pesan antara pemilik toko dengan karyawan, serta komunikasi antara karyawan dan pelanggan, baik melalui media ataupun tatap muka. Komunikasi ini bertujuan untuk menanamkan akhlak yang baik di lingkungan Toko Ma'had Al-Zaytun.

Pendidikan pesantren, sebagai salah satu tradisi pendidikan di Indonesia, memiliki konsep yang relevan dengan pengembangan akhlak dan nilai-nilai Islam. Pesantren Ma'had Al-Zaytun, misalnya, didirikan dengan tujuan meningkatkan kualitas pendidikan umat Islam Indonesia. Visi dan misi Ma'had Al-Zaytun mencakup pengembangan budaya toleransi dan perdamaian serta penggunaan sistem pendidikan yang modern namun tetap berakar pada nilai-nilai pesantren tradisional. Penting untuk mengkaji bagaimana konsep pendidikan pesantren, seperti yang diterapkan di Ma'had Al-Zaytun, dapat mempengaruhi komunikasi interpersonal antara karyawan dan pelanggan di toko. Komunikasi interpersonal yang baik dapat

membantu dalam penanaman dan habituaisasi nilai-nilai akhlak yang diajarkan dalam sebuah pendidikan.

Melalui komunikasi yang baik, karyawan dapat mencerminkan nilai-nilai akhlak dalam interaksi sehari-hari dengan pelanggan, sehingga menciptakan lingkungan yang harmonis dan mempromosikan nilai-nilai toleransi, perdamaian, dan kebangsaan. Rasulullah SAW bersabda: "Sesungguhnya aku diutus hanya untuk menyempurnakan keshalihan akhlak" (HR. Al-Baihaqi). Akhlak adalah karakteristik yang melekat pada diri seseorang, yang tercermin dalam perilaku tanpa memerlukan pemikiran atau pertimbangan khusus.

Melihat pentingnya akhlak dalam kehidupan manusia, penanaman akhlak menjadi suatu keharusan. Dalam konteks ini, penanaman akhlak antara karyawan dan pelanggan di Toko Ma'had Al-Zaytun bertujuan untuk mencegah terjadinya hal-hal negatif yang timbul seiring perkembangan zaman yang dinamis. Dengan memperkuat moralitas dalam interaksi sehari-hari, baik antara pekerja maupun konsumen, penelitian ini berupaya menjaga suasana harmonis dan toleran, serta

menghadapi tantangan zaman yang terus berkembang. Analisis ini akan mengeksplorasi peran komunikasi interpersonal dalam penanaman dan penguatan akhlak antara karyawan dan pelanggan di Toko Ma'had Al-Zaytun. Tujuannya adalah untuk memahami bagaimana komunikasi interpersonal dijadikan alat dalam penanaman akhlak, serta perannya dalam menghadapi tantangan zaman dan mempromosikan kebaikan dalam pergaulan sehari-hari di toko tersebut.

Memahami latar belakang yang telah disajikan, peneliti tertarik untuk menggali lebih dalam terkait bagaimana penanaman akhlak melalui komunikasi interpersonal antara karyawan toko dengan pelanggan dan apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam komunikasi interpersonal antara karyawan dan pelanggan dalam penanaman akhlak, dengan topik penelitian dengan mengeksplorasi lebih lanjut melalui penelitian yang berjudul " Peranan Komunikasi Interpersonal Antara Karyawan Dengan Pelanggan Dalam Penanaman Akhlak Di Toko Ma'had Al-Zaytun".

B. Metode Penelitian

Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menggambarkan fenomena secara mendalam. Populasi terdiri dari seluruh karyawan dan pelanggan Toko Ma'had Al-Zaytun. Sampel dipilih dengan metode purposive sampling dan snowball sampling, terdiri dari 4 karyawan dan 6 pelanggan. Data dikumpulkan melalui observasi langsung, wawancara dengan karyawan dan pelanggan, serta dokumentasi. Pengembangan instrumen meliputi panduan observasi dan wawancara. Data dianalisis dengan pengumpulan, reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan untuk memahami peran komunikasi interpersonal dalam penanaman akhlak di Toko Ma'had Al-Zaytun. Dengan demikian, penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan fokus pada interaksi interpersonal dalam konteks toko untuk menggali peran komunikasi dalam pembentukan nilai-nilai akhlak.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berikut akan dijelaskan mengenai pembahasan penelitian di Toko Ma'had Al-Zaytun yang menjadi kajian utama yang akan digunakan dalam penulisan skripsi ini.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, peneliti akan menjelaskan lebih lanjut analisis data terkait peran komunikasi interpersonal karyawan dan pelanggan dalam penanaman akhlak di Toko Ma'had Al-Zaytun.

1. Peran Komunikasi Interpersonal dalam Penanaman akhlak antara karyawan dengan pelanggan

Komunikasi interpersonal memainkan peran yang sangat penting dalam penanaman akhlak antara karyawan dan pelanggan. Komunikasi interpersonal tidak hanya sebagai alat untuk pertukaran informasi ataupun transaksi jual beli, tetapi juga sebagai sarana untuk menanamkan karakter dan nilai akhlak yang dijunjung tinggi. Hal ini meliputi sifat ramah, jujur, dan empati yang membantu membangun hubungan yang positif antara karyawan dan pelanggan. Karyawan yang mampu berkomunikasi dengan baik cenderung menjadi model perilaku yang baik bagi pelanggan, sehingga dapat mempengaruhi perilaku pelanggan dalam interaksi sehari-hari.

Hasil wawancara peneliti menunjukkan bahwa, terlihat komunikasi interpersonal memainkan peran yang krusial dalam penanaman akhlak antara karyawan dan pelanggan di Toko Ma'had Al-Zaytun. Peneliti melihat beberapa aspek penting yang menegaskan peran komunikasi interpersonal dalam proses tersebut. Dimana diantaranya meliputi sebuah sensasi, sensasi ini menjadi penting karena memberikan pengalaman awal yang baik dan menciptakan kesan yang baik terhadap toko. Proses penangkapan stimuli melalui indra saat karyawan menyambut pelanggan dengan senyum dan sapaan hangat, sensasi tersebut menciptakan pengalaman awal yang positif bagi pelanggan. Dalam hal ini memengaruhi persepsi pelanggan terhadap toko dan karyawan, serta cara mereka menerima informasi tentang penanaman akhlak di toko.

Komunikasi interpersonal memainkan peran lainnya meliputi interaksi antara karyawan dan pelanggan yang disimpan dalam memori pelanggan. Pengalaman positif ini memungkinkan untuk kembali ke toko dan merekomendasikannya kepada orang lain. Dengan demikian

pula kemampuan berfikir karyawan memainkan peran penting dalam memahami kebutuhan pelanggan, menangani konflik, merancang strategi komunikasi, dan memahami pentingnya komunikasi interpersonal dalam penanaman akhlak. Ini menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal yang baik tidak hanya melibatkan respons terhadap situasi saat ini tetapi juga melibatkan perencanaan dan strategi yang matang untuk mencapai tujuan penanaman akhlak. Untuk menanamkan nilai-nilai akhlak dalam interaksi sehari-hari di toko. Program-program seperti "Jumat Berkah" yang fokus pada kebersihan di area lingkungan dan kepedulian sosial merupakan contoh bagaimana komunikasi interpersonal digunakan untuk membentuk lingkungan yang harmonis dan beretika.

Komunikasi interpersonal memainkan peran yang sangat penting dalam penanaman akhlak antara karyawan dan pelanggan. Komunikasi interpersonal tidak hanya sebagai alat untuk pertukaran informasi ataupun transaksi jual beli, tetapi juga sebagai sarana untuk menanamkan karakter dan nilai akhlak yang dijunjung tinggi. Hal ini

meliputi sifat ramah, jujur, dan empati yang membantu membangun hubungan yang positif antara karyawan dan pelanggan. Karyawan yang mampu berkomunikasi dengan baik cenderung menjadi model perilaku yang baik bagi pelanggan, sehingga dapat mempengaruhi perilaku pelanggan dalam interaksi sehari-hari.

Hasil wawancara peneliti menunjukkan bahwa, terlihat komunikasi interpersonal memainkan peran yang krusial dalam penanaman akhlak antara karyawan dan pelanggan di Toko Ma'had Al-Zaytun. Peneliti melihat beberapa aspek penting yang menegaskan peran komunikasi interpersonal dalam proses tersebut. Dimana diantaranya meliputi sebuah sensasi, sensasi ini menjadi penting karena memberikan pengalaman awal yang baik dan menciptakan kesan yang baik terhadap toko. Proses penangkapan stimuli melalui indra saat karyawan menyambut pelanggan dengan senyum dan sapaan hangat, sensasi tersebut menciptakan pengalaman awal yang positif bagi pelanggan. Dalam hal ini memengaruhi persepsi pelanggan terhadap toko dan karyawan, serta cara mereka

menerima informasi tentang penanaman akhlak di toko.

Komunikasi interpersonal memainkan peran lainnya meliputi interaksi antara karyawan dan pelanggan yang disimpan dalam memori pelanggan. Pengalaman positif ini memungkinkan untuk kembali ke toko dan merekomendasikannya kepada orang lain. Dengan demikian pula kemampuan berfikir karyawan memainkan peran penting dalam memahami kebutuhan pelanggan, menangani konflik, merancang strategi komunikasi, dan memahami pentingnya komunikasi interpersonal dalam penanaman akhlak. Ini menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal yang baik tidak hanya melibatkan respons terhadap situasi saat ini tetapi juga melibatkan perencanaan dan strategi yang matang untuk mencapai tujuan penanaman akhlak. Untuk menanamkan nilai-nilai akhlak dalam interaksi sehari-hari di toko. Program-program seperti "Jumat Berkah" yang fokus pada kebersihan di area lingkungan dan kepedulian sosial merupakan contoh bagaimana komunikasi interpersonal digunakan untuk membentuk lingkungan yang harmonis dan beretika.

Berdasarkan temuan penelitian yang telah disajikan, Ma'had Al-Zaytun adalah lembaga pendidikan yang juga memperhatikan dalam bidang perdagangan khususnya menjual kebutuhan sehari-hari penghuni ma'had seperti peralatan sekolah, peralatan kebersihan, makanan ringan, pakaian, peralatan mandi, dan kebutuhan sehari-hari lainnya pada civitas masyarakat Ma'had Al-Zaytun. Dimana dapat dilihat bahwa komunikasi interpersonal memainkan pembentukan akhlak kepada pelanggan di Toko Ma'had Al-Zaytun. Peneliti melihat bagaimana interaksi antara karyawan dan pelanggan tidak hanya sebagai sarana pertukaran informasi tetapi juga sebagai alat yang efektif dalam menanamkan nilai-nilai moral dan akhlak yang baik.

Pembentukan komunikasi interpersonal merupakan proses interaksi langsung antara individu yang memungkinkan mereka untuk saling menanggapi secara verbal dan non-verbal di Toko Ma'had Al-Zaytun, komunikasi interpersonal antara karyawan dan pelanggan menjadi sarana penting dalam penanaman akhlak, yaitu berupa perilaku dan sifat baik yang dijunjung tinggi dalam

kehidupan sehari-hari. Pembentukan penanaman akhlak terhadap pelanggan dimana melibatkan penanggung jawab atau manajer Abi Syaifuddin yang memberikan wawasan berupa contoh nyata kepada karyawan dimana pengarahan yang di sampaikan pada program *stock opname* dalam realisasi melalui tindakan yang ramah, sabar, jujur, empati, dan tanggung jawab yang dapat diterapkan baik dalam interaksi si toko maupun dalam kehidupan sehari-hari yang mencerminkan nilai-nilai akhlak. Melalui pengajaran langsung (ta'lim), karyawan diberikan pengajaran mengenai pentingnya akhlak melalui sesi pelatihan dan diskusi atau biasa dilakukan pada ajaran baru atau masa pengenalan santri di lingkungan Toko Ma'had Al-Zaytun ini. Selanjutnya dalam sebuah pembiasaan (ta'wid) dalam hal ini untuk menerapkan nilai-nilai akhlak dalam praktik sehari-hari perilaku yang baik secara konsisten dapat yang membentuk pembiasaan yang positif dalam akhlak pelanggan. Salah satu contohnya adalah pembiasaan menyapa yang lebih tua, antri saat berbelanja, serta berperilaku kondusif saat memilih barang yang diinginkan di Toko Ma'had Al-Zaytun ini.

Hasil observasi peneliti menemukan pembiasaan yang di terapkan terlebih pada bagian pelayanan dalam sebuah arahan Abi Syaifuddin sebagai penanggung jawab toko ini, yaitu hal yang sangat pokoknya adalah tertanamnya ilmu pengetahuan di dalam diri kita sehingga kita dapat mengimplementasikannya atau menerapkannya baik terhadap diri kita pribadi maupun terhadap pelanggan kita sendiri.

Penanaman akhlak dalam pembentukan karakter ini meliputi sebuah kejujuran dalam komunikasi dengan pelanggan, memberikan informasi yang benar tentang terkait produk maupun harga. Selanjutnya menjaga kepercayaan pelanggan dengan bertindak secara jujur dan tidak curang. Berkomunikasi dengan jelas atau transparan kepada pelanggan. serta menangani masalah dan konflik yang terjadi di Toko Ma'had dengan bijaksana. Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal di Toko Ma'had Al-Zaytun membentuk sebuah penanaman akhlak kepada pelanggan. Dimana karyawan mampu berkomunikasi dengan baik, menunjukkan empati, dan

bertanggung jawab membantu menciptakan lingkungan yang positif dan beretika. Ini tidak hanya meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan tetapi juga mendukung pembentukan karakter yang baik dalam masyarakat. Penanaman akhlak *Mahmudah* atau akhlak terpuji adalah sikap yang sederhana, dalam hal ini Abi Syaifuddin selalu melihat bahwa penanaman ini bisa dilakukan di Toko Ma'had melalui karyawan kepada pelanggan yang dapat dilakukan dengan sebuah cara seperti pemahaman tentang pentingnya disiplin, memuliakan pelanggan, menanamkan sifat shidiq, amanah, thablig, fathonah dalam interaksi di Toko Ma'had Al-Zaytun.

Komunikasi interpersonal yang membentuk Akhlak Pelanggan memungkinkan transfer nilai-nilai akhlak secara langsung. Melalui interaksi yang ramah, jujur, dan penuh empati, karyawan mampu menjadi contoh nyata bagi pelanggan dalam mempraktikkan nilai-nilai tersebut. Misalnya, sikap ramah dan kesabaran karyawan dalam melayani pelanggan dapat membentuk pelanggan untuk bersikap lebih sopan dan sabar dalam berinteraksi maupun dalam antrian transaksi pembayaran di kasir.

Lingkungan toko yang diatur dengan baik dan didukung oleh komunikasi interpersonal yang positif dapat memfasilitasi penanaman nilai-nilai akhlak bagi pelanggan. Ketika pelanggan merasakan atmosfer yang penuh dengan nilai-nilai seperti kejujuran, tanggung jawab, dan empati, mereka cenderung menyerap dan mencerminkan perilaku tersebut. Hal ini menciptakan lingkungan yang mendukung bagi pembentukan akhlak yang baik. Selain komunikasi interpersonal, motivasi dan dorongan yang disampaikan oleh Syaykh Al-Zaytun kepada karyawan juga dapat berdampak pada pembentukan akhlak pelanggan. Ketika karyawan menerima motivasi dan dorongan untuk menjaga sikap yang baik dan berakhlakul karimah dalam melayani pelanggan, hal ini tercermin dalam interaksi mereka dengan pelanggan. Pelanggan akan merasakan dan menangkap nilai-nilai akhlak tersebut, yang kemudian dapat membentuk persepsi dan perilaku mereka.

Dapat dilihat bahwa komunikasi interpersonal memainkan peran yang sangat penting dalam penanaman akhlak antara karyawan dan pelanggan di Toko Ma'had Al-Zaytun. Melalui interaksi yang baik dan penuh

perhatian, nilai-nilai akhlak yang diinginkan dapat ditanamkan dan dipertahankan dalam budaya organisasi Toko Ma'had Al-Zaytun. Komunikasi interpersonal yang baik antara karyawan dan pelanggan di Toko Ma'had Al-Zaytun tidak hanya membentuk akhlak pelanggan, tetapi juga memperkuat nilai-nilai akhlak yang diresapi oleh karyawan. Hal ini menciptakan lingkungan toko yang harmonis dan mendukung pertumbuhan akhlak dan etika yang positif bagi semua pihak yang terlibat di Toko Ma'had Al-Zaytun.

2. Faktor Pendukung dan Penghambat Komunikasi Interpersonal dalam penanaman Akhlak Karyawan dengan Pelanggan

Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam mengenai fokus penelitian pada faktor pendukung dan penghambat dalam interaksi ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif mengenai dinamika hubungan antara kedua pihak tersebut. Faktor pendukung dan penghambat komunikasi interpersonal ini tentang akhlak yang baik dalam menanamkan sebuah peningkatan kerja karyawan Toko Ma'had AL-Zaytun, kegiatan

usaha apapun bentuk dan jenisnya dalam pelaksanaannya selalu ada tantangannya. Ada faktor yang mendukung ada juga faktor yang menghambatnya. Begitu juga dengan hal menanamkan sebuah penanaman akhlak antara karyawan dengan pelanggan di Toko Ma'had Al-Zaytun sehingga terciptanya suasana yang harmonis ketika pelanggan berkunjung ke toko.

Dalam penelitian ini terdapat faktor pendukung dan penghambat dalam komunikasi interpersonal antara karyawan dan pelanggan di Toko Ma'had Al-Zaytun yang dapat dianalisis berdasarkan temuan yang telah disampaikan.

Faktor pendukung Toko Ma'had Al-Zaytun mewujudkan keramahan dan kehangatan sebagai pijakan utama dalam menggalang komunikasi interpersonal yang efektif. Para karyawan dengan ramah menyambut pelanggan dengan senyuman hangat dan sapaan yang mengundang. Sikap ini menciptakan atmosfer yang positif di mana hubungan yang harmonis dapat terjalin dengan lancar antara karyawan dan pelanggan. Kesabaran dan empati juga menjadi ciri khas karyawan Toko Ma'had Al-Zaytun dalam memperkuat komunikasi interpersonal. Mereka mampu

mendengarkan dengan penuh perhatian, memahami perspektif serta kebutuhan pelanggan, dan memberikan respons yang tepat. Sikap ini membuat pelanggan merasa dihargai dan didengar dengan baik.

Kejujuran dan integritas menjadi landasan kuat dalam setiap interaksi. Karyawan tidak hanya menyampaikan informasi tentang produk atau layanan dengan jujur, tetapi juga menjaga integritas dalam segala aspek komunikasi. Hal ini membangun kepercayaan yang kuat antara karyawan dan pelanggan, menciptakan lingkungan yang transparan dan dapat diandalkan. Kemampuan karyawan untuk berpikir cepat, menyelesaikan masalah, dan mengambil keputusan yang tepat dalam berbagai situasi menjadi penopang penting dalam komunikasi interpersonal. Ini memungkinkan penanganan yang efektif terhadap kebutuhan dan masalah pelanggan, meningkatkan kepuasan dan kepercayaan. Budaya organisasi yang terbuka dan kolaboratif menjadi faktor pendukung yang signifikan. Dengan adanya saluran komunikasi yang terbuka, baik antara karyawan maupun pelanggan, pertukaran informasi dapat berjalan dengan lancar dan resolusi masalah dapat

dicapai dengan lebih efisien. Ini menciptakan lingkungan dimana keterbukaan dihargai dan kerjasama ditekankan, memperkuat hubungan antara karyawan dan pelanggan serta menjaga kualitas komunikasi yang baik.

Faktor penghambat terdapat faktor penghambat di Toko Ma'had Al-Zaytun dalam komunikasi interpersonal mencakup ketidakjelasan atau kurangnya informasi, perbedaan budaya dan persepsi, ketidakprofesionalan dalam penanganan konflik, minimnya pelatihan khusus, serta tekanan kerja yang intens. Ketidakjelasan atau kurangnya informasi mengenai produk atau layanan yang ditawarkan dapat menyebabkan kebingungan atau ketidakpuasan pelanggan apabila karyawan tidak memiliki pengetahuan memadai atau tidak dapat menjelaskannya dengan jelas. Perbedaan budaya antara karyawan dan pelanggan, serta persepsi yang berbeda terhadap perilaku atau sikap karyawan, dapat mengakibatkan kesalahpahaman dalam komunikasi. Ketidakprofesionalan dalam penanganan konflik dapat menghambat komunikasi interpersonal yang efektif, menyebabkan eskalasi situasi dan

kerugian bagi kedua belah pihak. Selain itu, keterbatasan waktu dalam situasi yang sibuk dapat membuat karyawan merasa terbatas dalam berinteraksi dengan pelanggan secara efektif, mengurangi kualitas komunikasi. Minimnya pelatihan khusus dalam keterampilan komunikasi interpersonal juga dapat menyebabkan perbedaan dalam kualitas pelayanan, di mana beberapa karyawan mungkin kurang terampil dalam berinteraksi dengan pelanggan. Tekanan kerja yang intens dapat membuat karyawan merasa terburu-buru atau tertekan, sehingga mereka mungkin kurang sabar dan tidak mampu menunjukkan empati yang diperlukan.

Dengan memahami faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam komunikasi interpersonal antara karyawan dan pelanggan, di Toko Ma'had Al-Zaytun dapat mengambil langkah-langkah untuk memperkuat komunikasi yang positif dan mengatasi hambatan-hambatan yang muncul, sehingga meningkatkan pengalaman pelanggan dan memperkuat hubungan antara karyawan toko dan pelanggan. Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan komunikasi interpersonal di Toko Ma'had Al-Zaytun harus mencakup

strategi untuk mengatasi hambatan-hambatan ini sambil memperkuat faktor-faktor pendukung yang ada.

D. Kesimpulan

Dari pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, didukung oleh hasil penelitian lapangan yang telah dilaksanakan, baik terhadap karyawan maupun pelanggan di Toko Ma'had Al-Zaytun, Blok Sandrem, Desa Mekarjaya, Kecamatan Gantar, Kabupaten Indramayu, dalam beberapa hal sebagai berikut:

1. Penanaman akhlak yang diterapkan antara karyawan dengan pelanggan di Toko Ma'had Al-Zaytun adalah dengan memainkan peran melalui interaksi yang baik dan penuh perhatian, nilai-nilai akhlak yang diinginkan dapat ditanamkan dan dipertahankan dalam budaya organisasi Toko Ma'had Al-Zaytun. Komunikasi interpersonal yang baik antara karyawan dan pelanggan di Toko Ma'had Al-Zaytun tidak hanya membentuk akhlak pelanggan, tetapi juga memperkuat nilai-nilai akhlak yang diresapi oleh karyawan. Hal ini menciptakan lingkungan toko yang harmonis dan mendukung

pertumbuhan akhlak dan etika yang positif bagi semua pihak yang terlibat di Toko Ma'had Al-Zaytun.

2. Faktor pendukung komunikasi interpersonal antara karyawan dan pelanggan dalam penanaman akhlak di Toko Ma'had Al-Zaytun meliputi keramahan, kesabaran, kejujuran, keterampilan berpikir, dan budaya organisasi yang terbuka. Sedangkan, faktor penghambatnya meliputi ketidakjelasan informasi, perbedaan budaya, ketidakprofesionalan dalam penanganan konflik, dan minimnya pelatihan khusus.

DAFTAR PUSTAKA

- Anugrah, I. W. (2019). Strategi Komunikasi Interpersonal Dalam Membentuk Perilaku keagamaan (Studi Kasus pada Pemilik dan Karyawan Toko Acronics Stationary Sukarame Bandar Lampung). 102.
- Azalia, L. (2019). Pembinaan Akhlak Pada Santri Di Pondok Pesantren Al-Hasyimiyah Sumber Alam Kecamatan Air Hitam Kabupaten Lampung Barat. 34.
- Abdiah, K. (2017). Penanaman Karakter Disiplin Beribadah Terhadap Karyawan Di Rumah Makan Sambil Layah 1 Purwokerto Kabupaten Banyumas. 7.
- Apriyani, I. (2023). Komunikasi Interpersonal Orang Tua dengan Anak dalam Penanaman Nilai-Nilai Akhlak. 26.
- Agustin, Y. (2020). Konsep Sabar Menurut Imam Al-Ghazali Di Tinjau Dari Perspektif Konseling Islam. 16.
- Ahsan, M. (2019). *Pendidikan Agama Islam dan Budi Pekerti*. Banten: Direktorat Jenderal Pendidikan Islam Kementerian Agama RI.
- Baiti, N. T. (2018). Persepsi Pasien Tentang Komunikasi Interpersonal Front Desk Dalam Pelayanan Pelanggan Di Rumah Sakit Sumatera Eye Center Medan. 101.
- Darmalaksana, W. (2020). Cara Menulis Proposal Penelitian. Bandung: UIN Sunan Gunung Djati.
- Gustiana, Z. (2020). Perancangan Sistem Informasi Data Karyawan Pt. Socfin Indonesia Medan. Issn: 2745-375 Djtechno : Journal of Information Technology Research Vol.1, No.2 Desember Tahun 2020, 4.
- Hasyim, M. (1982). Penuntun Dasar ke Arah Penelitian Masyarakat. Surabaya: Bina Ilmu.
- Hidayat, M. (2020). Implementasi Manajemen Dakwah Dalam Penerapan Etika Bisnis Islam Dan Nilai Spiritual Terhadap Karyawan Kedai Ayam Penyet Ka'su (Studi Kasus Kedai Ayam Penyet KA'SU Malaysia). 132.
- Hasanah, Z. B. (2016). Penanaman Nilai– Nilai Akhlaq UI Karimah Di Madrasah Ibtidaiyah Negeri Purwokerto. 4.

- BIBLIOGRAPHY Indralia, D. (2017). Peran Dakwan Dalam Pembinaan Ahklak Santri di Pondok Pesantren Al-Lathifiyah. 18.
- Ilmu Pengetahuan Sosial Siswa Kelas VII Mts Sunan Giri Prigen. 21.
- Jalaluddin Rakhmat. (2021). Psikologi Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Khadzil, N. F. (2018). Metode Pembinaan Akhlak Terhadap Pelaku Pencurian Di Penjara Penor Kuantan Pahang, Malaysia. 97.
- Lenaini, I. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling. HYPERLINK "http://journal.ummat.ac.id/index.php/historis" <http://journal.ummat.ac.id/index.php/historis> p-ISSN 2549-7332 | e-ISSN 2614-1167 Vol. 6, No. 1, Juni 2021, Hal. 33-39, 34.
- Moloeng, L. J. (2012). Metodologi Pendidikan Kualitas. Bandung: Remaja Rodaskarya.
- Mellani, S. (2021). Pembinaan Akhlak Siswa Di Masa Pandemi Corona Virus Disease 2019 (Studi Kasus Di Sd Negeri 58 Bengkulu Selatan). 148.
- Marista Elisabeth Bala, J. S. (2015). Peran Komunikasi Keluarga Dalam Mencegah Perilaku Merokok Bagi Remaja Di Kelurahan Winangun Kecamatan Malalayang Kota Manado. e-journal "Acta Diurna" Volume IV. No.3. Tahun 2015, 11.
- Maimunah, I. (2019). Metode Dakwah Dalam Pembinaan Akhlak Remaja Tunagrahita Di Slb Wiyata Dharma 22 Metro Pusat. 9.
- Net, M. N. (2017). //minanews.net/. Retrieved from //minanews.net/nabi-diutus-untuk-memperbaiki-akhlak-manusia/: HYPERLINK "https://minanews.net/nabi-diutus-untuk-memperbaiki-akhlak-manusia/" <https://minanews.net/nabi-diutus-untuk-memperbaiki-akhlak-manusia/>
- Prastowo, A. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Qalbas, R. (2017). Pengaruh Komunikasi Interpersonal Guru Dalam Meningkatkan Kedisiplinan Siswa Mtsn 1 Indrapuri Aceh Besar. 3.
- Rasyidah, A. (2017). Internalisasi Sikap Tanggung Jawab Melalui Pembelajaran
- Romiyati, A. (2023). Hubungan Empati Dengan Perilaku Prosocial Mahasiswa Program Studi Bimbingan Dan Konseling Universitas Jambi. 13.
- Robin Sirait, N. (2022). Peranan Komunikasi Interpersonal Kepala Sekolah Dalam Mewujudkan Iklim Kompetitif. Geneologi PAI Vol. 9, No.01Jurnal Pendidikan Agama Islam (Januari-Juni) 2022 p-ISSN: 2407-4616 e-ISSN:2654-3575, 14.
- Ridlo, I. A. (2012). Turn Over Karyawan "Kajian Literatur". In P. Publication. Indonesia: PH Movement Publications (Red: Public Health Movement Publications).
- Rinalfi. (2022, April 12). adminvethriarahmi. Retrieved from HYPERLINK

- "<https://sumbar.kemenag.go.id>
 "
<https://sumbar.kemenag.go.id>
[:https://sumar.kemenag.go.id/v2/post/65881/kakankemenag-agam-sosialisasikan-18-nilai-pendidikan-karakter](https://sumar.kemenag.go.id/v2/post/65881/kakankemenag-agam-sosialisasikan-18-nilai-pendidikan-karakter).
 Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharismi, A. (1995). *Dasar-Dasar Research*. Bandung: Tarsoto.
- Supardi. (1993). *Populasi dan Sampel Penelitian*.
- Sirait, R., & Neliwati. (2022). Peranan Komunikasi Interpersonal Kepala Sekolah Dalam Mewujudkan Iklim Kompetitif Di SMP IT Siti Hajar Medan. *Geneologi PAI*, 9(01), 22-28. ISSN: 2407-4616, e-ISSN: 2654-3575.
- Sholeh, M. A. (2018). Bimbingan Islam Sebagai Pembinaan Akhlak Karyawan Di Rumah Sakit Pembina Kesehatan Umum (Pku) Muhammadiyah Surakarta. 112.
- Suprayitno, U. I. (2012). *Pembangunan Sistem Stok Barang Dan Penjualan Pada Toko Sero Elektronik*. ISSN : 1979-9330 (Print) - 2088-0154 (Online) - 2088-0162 (CDROM), 10.
- Saputra, Y. C. (2018). *Metode Dakwah Dalam Pembinaan Akhlak Di Panti Asuhan Budi Utomo Muhammadiyah Kota Metro*. 34.
- BIBLIOGRAPHY Supriyadi, N. D. (2022). *Psikologi Komunikasi*. In I. :. 978-623-8004-00-3. Padang Sumatera Barat: PT Global Eksekutif Teknologi.
- BIBLIOGRAPHY Satria, A. (2023). *html5 up*. Retrieved from
- Ma'had Al-Zaytun:
<https://www.al-zaytun.ac.id/>
- uranto. 201s1. Komunikasi Interpersonal. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sendy Pratiwi, T. W. (2021). Potret Perubahan Karakter Ramah dan Percaya Diri pada Anak Usia Sekolah Dasar di Kampung Wisata Pelangi Semarang. *International Conference on Early and Elementary Education 2021*, 53.
- Tabroni, R. (2018). Sistem Pendidikan Satu Pipa Ma'had Al- Zaytun Indramayu. Vol. 13, No. 2, Agustus 2018, 354.
- Wijayanti, F. P., & Siswanto, A. (2020). Analisis Kepuasan Pelanggan pada Layanan Asuransi Jiwa di PT Asuransi XYZ. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 86(1), 80-88. ISSN: 2548-4923.
- ibowo, Y. T. (2011). Analisis Pengaruh Keramahan Karyawan Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Toko Aluminium Dwi Karya Semarang). 38.
- Wahidmurni. (2017). *Pemaparan Metode Penelitian Kualitatif*.
- Yul Windiya Rini, M. I. (2023). *Peran Komunikasi Interpersonal Secara Pribadi Pengembangan dan Pembelajaran Seumur Hidup*