

BRANDING IDENTITY

Sebuah Tinjauan Mengenai Etika Bisnis Islam

Chairiawaty

Dosen Tetap Universitas Islam Bandung

Abstrak

Pemerekan atau Branding telah digunakan secara luas oleh setiap perusahaan atau institusi dalam strategi promosi mereka untuk memperoleh pengguna produk atau layanan yang banyak. Agar branding yang salah satunya adalah iklan atau kampanye dapat mendidik masyarakat sebagai pengguna, maka harus ada petunjuk, aturan, ataupun hukum untuk mengarahkan perusahaan atau institusi dalam menyampaikan pesan dan memberikan informasi secara akurat dan tepat dalam kampanye mereka. Islam memberikan aturan-aturan sebagai etika kampanye yang harus diikuti, yaitu: ketulusan, komitmen, keteladanan, kejujuran, persaudaraan, pendidikan, dan kerendahan hati. Begitupun dalam kata-kata yang digunakan dalam iklan harus sesuai dengan kaidah Islam, yaitu *Qawlan Ma'rufan, Qawlan Sadidan, Qawlan Baligho, Qawlan Karieman, and Qawlan Layyin*

Kata Kunci:

Pendahuluan

Kegiatan pemasaran adalah kegiatan penawaran suatu produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Seiring dengan perkembangan jaman, teknologi, dan perubahan gaya hidup manusia modern, maka jenis dan tingkat kebutuhan dan keinginan konsumen turut berkembang secara dinamis dari waktu ke waktu. Hal tersebut berdampak besar dalam dunia pemasaran, dimana para pemasar berusaha untuk selalu dapat memenuhi apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Bahkan dalam tahapan yang lebih tinggi seorang pemasar dapat menciptakan kebutuhan dan keinginan konsumen melalui inovasi ataupun melalui kegiatan edukasi pemasaran.