

Analisis Jejak Sejarah Pemasaran yang dipraktikkan Nabi Muhammad ﷺ

Moh. Mardi
STAI Syaichona Moh. Cholil Bangkalan
Email : mohmardi17@gmail.com

Abstract

Historical traces at the time of Rasulullah are more colored about religion and politics but very rarely we encounter in the economic side especially in microeconomic issues related to marketing even though if further examined Rasulullah was also a great trader this could be a role model for the world of marketing today, it is very necessary to search for traces of Rasulullah's marketing history with the aim that later it can be used as a guide, reference and also an example for the practice of marketing today. The research method used in this writing is to use the library method by looking for various literature related to Rasulullah's marketing. The result of this writing is that the current marketing has been practiced directly by Rasulullah about 1400 years ago and what Rasulullah practiced continues to adapt to any circumstances and anywhere and Rasulullah's activities in marketing can still be used as an example by market players today.

Keywords: Marketing, Prophet Muhammad, History

Abstrak

Jejak sejarah pada zaman Rasulullah lebih banyak diwarnai tentang keagamaan dan politik namun sangat jarang kita temui dalam sisi ekonomi terlebih dalam masalah ekonomi mikro yang berkaitan dengan pemasaran padahal jika diteliti lebih lanjut Rasulullah juga sebagai seorang pedagang yang hebat hal ini bisa menjadi tauladan untuk dunia pemasaran saat ini, maka sangat diperlukan adanya pencarian kembali jejak sejarah pemasaran Rasulullah dengan tujuan nantinya bisa dijadikan sebuah pegangan, referensi dan juga contoh untuk praktik dunia pemasaran saat ini. Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan ini yaitu menggunakan metode pustaka dengan mencari berbagai literatur yang berkaitan dengan pemasaran Rasulullah. Adapun hasil dari penulisan ini yaitu pemasaran yang ada saat ini telah dipraktikkan langsung oleh Rasulullah sekitar 1400 tahun yang lalu dan apa yang dipraktikkan Rasulullah terus menyesuaikan dengan keadaan apapun dan di manapun serta aktivitas Rasulullah dalam melakukan pemasaran tetap bisa dijadikan contoh oleh para pelaku pasar saat ini.

Kata Kunci: Pemasaran, Nabi Muhammad, Sejarah

A. Pendahuluan

Dunia pemasaran saat ini sudah terus berkembang dari jaman ke jaman mulai dari periode klasik sampai saat ini yaitu periode modern atau kontemporer. Berbagai macam cara telah dilakukan oleh orang-orang dan berbagai macam inovasi telah diciptakan sehingga untuk saat ini sangat sulit bagi seseorang untuk melakukan pemasaran terhadap produk dan jasa yang telah mereka kembangkan hal ini tentunya tidak lepas dari semakin banyaknya para pesaing di dunia pemasaran sehingga mereka terus mencari cara untuk

menggapai tujuan masing masing dari mereka dalam dunia pemasaran¹, mereka juga berlomba lomba dalam melakukan penelitian untuk mencari sebuah konsep baru hal ini dilakukan oleh semua kalangan baik dari pemasar sendiri maupun orang orang akademisi untuk membantu mereka dalam mencari sebuah metode baru dalam dunia pemasaran².

Segala bentuk penelitian dalam dunia pemasaran telah mereka lakukan tapi pada kenyataannya tetap saja ada kesulitan dan kegalalan yang menemui mereka untuk mencapai apa yang mereka impikan dalam dunia pemasaran. Padahal jika dilihat telah banyak ditemukan berbagai macam makalah, jurnal, majalah dan penelitian lainnya yang berisi tentang pembahasan pemasaran namun tetap saja tidak menemukan titik terang. Untuk mengatasi hal ini mereka terus melakukan penelitian dan mencari sebuah pengetahuan, banyak dari mereka tidak putus asa dalam melakukannya hanya demi untuk mengatasi permasalahan yang sedang mereka hadapi, bahkan lebih parahnya ada di sebagian mereka yang menghalalkan berbagai macam cara untuk mendapatkan apa yang mereka impikan dengan menabrak etika etika dunia usaha, hal ini tentu sangat tidak baik dan melanggar dunia bisnis terutama bagi para pelaku usaha muslim hanya karena untuk hal duniawi sampai melanggar aturan agama³. Salah satunya peneltian yang dilakukan oleh (Yusron Ali Sya'bana, M. Yasir Nasution & Sugiono: 2022) yang juga mengkaji tentang pelanggaran pemasaran saat ini dan memberikan solusi untuk melakukan kegiatan pemasaran sesuai dengan yang dipraktikkan Rasulullah⁴. Penelitian (Mohammad Zainal Arifin, Suliyono & Muh. Anshori: 2022) yang dalam penelitiannya memberikan tips kepada pelaku syariah marketer untuk mengikuti pemasaran yang diajarkan oleh Rasulullah⁵.

Berangkat dari berbagai macam kenyataan yang telah dijelaskan di atas, maka sangat diperlukan adanya pencarian kembali jejak sejarah agar bisa dijadikan sebuah pegangan, referensi dan juga contoh untuk praktik dunia pemasaran saat ini. Tujuan dari pencarian sejarah ini yaitu untuk menjelaskan kembali tentang praktik praktik pemasaran yang didasarkan pada etika bisnis dalam Islam agar sesuai dengan apa yang telah disyariatkan oleh nabi Muhammad saw dan Allah swt, penjelasan tentang pratik praktik pemasaran

¹ Darmadi Duriyanto, *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Prilaku Merk*, (Jakaarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001), 1.

² Leonardus Saiman, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), 125.

³ Nur Rianto, *Dasar Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 5.

⁴ Yusron Ali Sya'bana, M. Yasir Nasution & Sugiono, *Bisnis Ala Rasulullah Dalam Perspektif Islam* (Sumatera: UIN Sumatera Utara, 2022) Vol. 4

⁵ Mohammad Zainal Arifin, Suliyono & Muh. Anshori, *Pemasaran Syariah Dalam Perspektif Hadits dan Aplikasinya Pada Perbankan Syariah*, (Binamadani: Madani Syariah, 2022), Vol. 5

sudah banyak dilakukan oleh Rasulullah selama hidupnya agar menjadi contoh bagi para ummatnya dalam melakukan kegiatan ekonomi agar bisa beruntung dunia maupun akhirat. Jika dipelajari lebih dalam lagi maka akan ditemukan bahwa dunia pemasaran yang dilakukan oleh Rasulullah telah menggabungkan antara jasmani dan rohani yang mana jika diteliti dari segi teoritis praktik pemasaran Rasulullah sebenarnya sudah sangat sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh praktik pemasaran pada saat ini. Hal itu bisa kita lihat dari kesuksesan Rasulullah dalam melakukan bisnis dan menjadi penisnis paling sukses pada zamanya yang sebenarnya harus menjadi contoh bagi para pemasaran di era kontemporer ini.

B. Metode Penelitian

Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penulisan ini yaitu menggunakan metode pustaka dengan mencari berbagai literatur yang berkaitan dengan pemasaran Rasulullah. Penulis dalam penelitian ini menggunakan data sekunder dengan teknik dokumentasi dalam mengumpulkan datanya, data tersebut diambil dari berbagai macam informasi serta dokumen-dokumen yang berkaitan dengan pembahasan pemasaran yang dipraktikkan Rasulullah baik dari kitab, buku, jurnal, majalah, koran, web, dan informasi lainnya yang mana kemudian data data yang telah terkumpul tersebut dikelola dan dianalisis oleh penulis untuk dikaji sesuai dengan permasalahan yang kemudian diambil sebuah kesimpulan.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Pemasaran dalam Islam

Dari beberapa pembahasan fiqih, pembahasan fiqih muamalah merupakan bagian yang sangat penting, fiqih muamalah dalam urutan pembahasan fiqih berada pada urutan kedua setelah pembahasan ibadah yang mencakup bersuci, sholat, puasa, zakat dan haji. Melihat urutan tersebut menunjukkan bahwa fiqih muamalah merupakan salah satu bagian yang sangat penting untuk dipelajari. Hal ini tidak lepas dari bahwa manusia tidak akan lepas dari berbagai kegiatan ekonomi seperti jual beli, sewa menyewa, penggadaian, pinjam meminjam dan kegiatan ekonomi lainnya. Pemasaran juga merupakan bagian dari fiqih muamalah karena pemasaran termasuk salah satu kegiatan ekonomi. Jika dipandang, secara tersurat istilah pemasaran sendiri belum ditemukan dengan terperinci di dalam fiqih muamalah namun secara tersirat kegiatan pemasaran sudah dilakukan oleh Rasulullah.

Dalam literatur fiqih muamalah sebutan pemasaran dan marketing bisa dikatakan istilah yang baru karena jika diteliti dari beberapa pembahasan fiqih muamalah baik dari yang klasik maupun fiqih yang kontemporer belum ditemukan yang menyebutkan secara spesifik tentang pemasaran itu sendiri, istilah marketing atau konsep pemasaran dari sejarahnya merupakan istilah yang digagas oleh orang-orang praktisi yang dimasukkan dalam kategori manajemen strategi yang mana konsep ini dibuat dengan tujuan penjualan yang dilakukan dapat mencapai target yang diinginkan⁶, sedangkan dalam fiqih muamalah sendiri lebih membahas tentang keabsahan dan kebatil dalam kegiatan ekonomi agar tetap sesuai dengan tuntunan syariat Islam sedangkan untuk target penjualan tidak menjadi bagian yang dibahas oleh para fuqoha'.

Istilah marketing ini dimunculkan awalnya oleh seseorang yang bernama Frederik W. Taylor sekitar permulaan abad ke 17 yang kala itu sedang membahas tentang prinsip dari manajemen dan mengangkat marketing sebagai disiplin ilmu baru dalam dunia ekonomi yang mana pada abad ke 19 kemudian ada sebuah gagasan baru tentang manajemen pemasaran yang kejadian ini merupakan suatu peristiwa yang dianggap bersejarah⁷. Namun pada kenyataannya pemasaran sudah ada sejak manusia itu ada di muka bumi ini meskipun tentunya pada saat ini pemasaran yang mereka lakukan masih berbentuk pemasaran yang tradisional dari sinilah muncul tentang sebutan baru yang menjadi sebuah pembahasan yaitu pemasaran tradisional dan pemasaran kontemporer atau modern⁸.

Pemasaran adalah salah satu bagian dari kegiatan perdagangan, pemasaran dan pedagang merupakan satu kesatuan yang tidak mungkin bisa dipisahkan antara satu dengan yang lainnya, dalam hal ini Yusuf Al Qordawi memberikan penjelasan yang menjelaskan bahwasanya syariat merupakan sesuatu yang luas dan bersifat menyeluruh karena di dalam syariat tersebut sudah diatur semua bentuk kehidupan mulai dari ibadah, ekonomi, bisnis, hukum dan lainnya⁹. Pemasaran dalam literatur fiqih termasuk bagian dari kegiatan tajaroh yang berarti bisnis. Bisnis atau perdagangan merupakan kegiatan yang begitu penting dalam perekonomian terutama dalam hal kesejahteraan tarap kehidupan manusia, dengan berjalannya waktu serta perkembangan yang terjadi

⁶ Wasono dkk, *Jurnal Marketing*, Edisi I, Semarang: PPS UNDIP, 1999, viii.

⁷ Muhammad Thalib, *46 Bimbingan Bisnis dan Pemasaran Isami*, Bandung: Gema Risalah Press, 1999, 6.

⁸ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran dan Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jakarta: Prehalindo and Prentice Hall, 1996, 9.

⁹ Yusuf al Qardhawi, *al-Madkhal li Dirasah al Syariah al Islamiyyah*, Kairo: Maktabah Wahbah, 1990, 6.

pada masyarakat baik perkembangan dari segi ilmu pengetahuan maupun perkembangan yang sangat gencar saat ini yaitu teknologi yang mengakibatkan sebuah perubahan terhadap segala aspek kehidupan manusia yang di dalamnya tidak lepas juga kegiatan ekonomi yang berpengaruh terhadap dunia pemasaran secara otomatis sehingga menjadikan pemasaran sebagai satu bidang ilmu tertentu yang terus dikaji dalam keilmuan islam¹⁰. Sebenarnya jika dipahami lebih mendalam maka pemasaran yang telah menjadi suatu disiplin ilmu dan telah dipraktikan saat ini bisa untuk diaplikasi untuk mengatur manajemen pemasaran selagi tidak ada hal hal yang melanggar aturan dalam syariat Islam.

2. Konsep Pemasaran Rasulallah Saw

Sebelum dijelaskan lebih lanjut pembahasan tentang pemasaran Nabi maka perlu diuraikan dulu dengan singkat tentang gambaran ekonomi, pemasaran serta perdagangan, tentunya hal ini merupakan sesuatu yang penting agar apa yang akan dibahas bisa lebih mengarah dan bisa terfokus pada apa yang dibahas. Ekonomi merupakan suatu aktivitas yang dilakukan oleh manusia untuk menggunakan sumber daya alam untuk kegiatan produksi baik barang atau jasa dengan sebaik mungkin demi terpenuhinya macam macam kebutuhan manusia¹¹. Dalam kegiatan ekonomi ada beberapa prinsip diantaranya: pertama, untuk memberikan kepuasan dengan terpenuhinya semua kebutuhan baik individu maupun masyarakat, kedua, mendapatkan hasil sebanyak banyaknya dengan biaya yang minim serta waktu yang singkat¹². Prinsip yang semacam ini juga bisa diterapkan pada sistem ekonomi islam dengan catatan tidak melanggar norma norma aturan syariat serta aturan etika bisnis khususnya dalam aktivitas pemasaran yang telah diajarkan oleh oleh Rasulallah¹³.

Aktivitas orang orang Arab zaman dahulu rata rata memang berdagang bahkan ayah Rasulallah saw yaitu Abdullah wafat saat melakukan perjalanan ke Syam untuk aktivitas perdagangan, jadi wajar saja dalam jiwa Rasulallah ada jiwa dagang yang handal. Rasulallah pertama kali melakukan perdagangan ketika mengikuti paman yaitu Abu Thalib untuk berdagang ke Syam atau saat ini dikenal dengan negara Siria pada saat itu Rasulallah masih berumur sekitar 9/12 tahun dari hal ini telah menunjukkan bahwa Rasulallah memiliki ilmu tentang berdagang yang beliau dapat langsung dari

¹⁰ Muhammad Syakir Sula dan Hermawan Kartajayaja, *Syari'ah Marketing*, Bandung: Mizan, 2006, 6.

¹¹ Fandy Tjiptono, *Strategi Bisnis dan Manajemen*, Yogyakarta: ANDI penerbit, 1996, 3.

¹² Anshari, Endang Saifuddin, *Pengantar Ilmu Ekonomi*, Bandung: Galia Offset, 1986, 166.

¹³ Rachmat Djatnika, *Sistem Ethika Islam Akhlak Mulia*, Jakarta: Pustaka Panjimas, 1996, 112.

pamannya¹⁴ sehingga pada usia 25 tahun dimana pada saat itu Siti Khadijah mendengar kehebatan Rasulallah, kejujuran dan ahlaq yang mulia dalam berdagang maka mereka melakukan kerja sama untuk melakukan perdagangan ke Syam dengan waktu yang sangat singkat dalam melakukan pedagang tersebut Rasulallah mendapatkan keuntungan yang sangat besar sehingga Siti Khadijah merasa puas terhadap apa yang dihasilkan oleh Rasulallah¹⁵. Dari catatan sejarah ini semakin menjelaskan bahwa Rasulallah merupakan salah satu pemasar yang sangat profesional pada saat itu bahkan mungkin sampai saat ini.

3. Aplikasi Pemasaran Rasulallah saw

Semua yang timbul dari nabi Muhammad saw baik berupa ucapan ataupun tindakan merupakan sebuah wahyu dari Allah swt oleh sebab itu Rasulallah dalam bertindak dan berucap tidak berdasarkan hawa nafsu begitu juga dalam hal kegiatan ekonomi yang dilakukan Rasulallah termasuk pemasaran yangmana Rasulallah termasuk pengusaha dan pebisnis yang sangat sukses sehingga semua bentuk kegiatan ekonomi yang Rasulallah lakukan merupakan contoh dalam menjalankan usaha yang benar dan profesional, hal ini bisa kita lihat dari haditsnya yang diceritakan oleh Imam Ahmad yang artinya: "Datang seorang laki laki kepada Rasulallah kemudian dia bertanya kepada Rasulallah tentang pekerjaan apa yang paling utama Rasulallah menjawab pekerjaan seseorang dengan usahanya sendiri dan setiap jual beli merupakan sesuatu yang baik, sesungguhnya Allah memcintai orang mukmin yang bekerja dan orang yang bersusah payah demi keluarganya seperti orang yang berjihad di jalan Allah swt¹⁶.

Selain Rasulallah mempunyai kehebatan dalam melakukan pemasaran beliau juga mempunyai keahlian dalam membuat jaringan dengan para suku dan qabilah Arab saat itu yang mana suku dan qabilah tersebut merupakan teman kakeknya. Hal itu dimanfaatkan oleh Rasulallah untuk melakukan berbagai macam penawaran kepada orang orang kaya di Makkah dengan mengaplikasi praktik akad syirkah dan mudharabah¹⁷. Rasulallah juga mengaplikasikan akad qirad atau bagi hasil kepada Siti Khadijah dengan menawarkan kerja sama dengan sistem profit sharing sebagaimana

¹⁴ Muhammad al Khadori, *Nurul al-Yakin fi Sirati Sayyidil al-Mursalin*, Beirut: Dar al-Iman, 1988, 17.

¹⁵ Umar Jabbar, *Khulasoh Nurul al-Yakin*, Qohirah: Maktabah al-Irsyad, 12.

¹⁶ Ibnu Hajar Al- Asqalānī, *Bulugh al-Marām*. Beirut: Dār al-Fikr, 1989. 165.

¹⁷ Yusuf Mansur, *Business Wisdom of Muhammad Saw: 40 Kedahsyatan Bisnis Ala Nabi saw*. Bandung: PT. Karya Kita, 2008, 3.

yang telah diuraikan di atas¹⁸. Pengaplikasian yang lain yang Rasulullah lakukan yaitu cara beliau dalam membangun loyalitas kepada para pelanggannya salah satu dilakukan kepada Abdullah bin Hamzah yaitu ketika Abdullah membeli sesuatu kepada Rasulullah namun karena ada sebuah kepentingan lain Abdullah menjanjikan untuk diberikan ke esokan harinya namu Abdullah lupa dan ingat setelah tiga hari kemudian dan setelah diantarkan ternyata Rasulullah tetap menunggu ditempat tersebut selama tigak hari¹⁹. Dari apa yang telah dilakukan Rasulullah sebagaimana keterangan yang telah disebut di atas dapat ditarik beberapa konsep yang dilakukan Rasulullah dalam pemasaran di antaranya:

a. Kepercayaan

Dalam hal apapun kepercayaan merupakan sikap yang sangat penting termasuk dalam pemasaran, kepercayaan semacam ini harus dimiliki oleh setiap pelaku usaha terhadap barang dan jasa yang telah mereka pasarkan dengan artian masyarakat percaya terhadap barang dan jasa yang dijual di pasaran oleh sebab itu kepercayaan harus mereka jaga dengan baik agar masyarakat tidak kecewa terhadap barang dan jasa yang mereka pasarkan.

b. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan juga merupakan hal yang sangat penting dalam pemasaran, para pelaku usaha harus melayani konsumen dengan baik sesuai dengan yang konsumen mau sehingga konsumen merasa puas atas pelayanan yang mereka berikan karena tanpa pelayanan yang baik konsumen akan menjauh dan dapat berpengaruh terhadap pendapatan perusahaan.

c. Keseimbangan

Para pelaku usaha harus bersikap seimbang atau harmonis dalam menjalankan usahanya seperti meninggalkan kegiatan yang bersifat ribawi dan mengganti dengan sistem bagi hasil karena dalam hal itu tidak ada pihak yang dirugikan sehingga perusahaan lebih dipercaya konsumen karena ada nilai keseimbangan dalam kegiatan ekonominya.

d. Kebebasan

Kebebasan sangat dijunjung tinggi dalam Islam karena itu ajaran islam mengajarkan tentang kemerdekaan dan menjanjikan pahala yang besar kepada orang

¹⁸ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah; dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press, 2001. 82.

¹⁹ Syamsul Haq al Azhim Abadi, *'Aun al Ma'bud Syarh Sunan Abi Daud*, Beirut: Dar al Fikr, 1995. 88.

yang memerdekakan budak, termasuk dalam urusan ekonomi, semua orang bebas dalam melakukan kegiatan ekonomi karena pada dasarnya semua yang ada di bumi ini halal kecuali ada dalil yang mengharamkan²⁰.

e. Silaturahmi

Silaturahmi merupakan suatu tindakan yang dilakukan untuk menjaga hubungan yang telah ada dan untuk menyambung hubungan yang sebelumnya tidak ada hal ini sangat penting dalam kegiatan ekonomi untuk membangun jaringan baru dan menciptakan komunikasi sehingga dapat memperluas pemasaran pelaku usaha untuk meningkatkan pendapatan mereka.

4. Praktik Pemasaran Rasulullah Saw

Nabi Muhammad merupakan nabi terakhir yang diutus untuk menyempurnakan ajaran sebelumnya Rasulullah juga merupakan suri tauladan dalam segala aspek kehidupan. Dalam kegiatan ekonomi Rasulullah merupakan pengusaha yang sukses selain itu Rasulullah juga merupakan pemimpin umat yang sukses, maka sulit sekali menemukan orang yang sukses dalam segala urusannya seperti yang dilakukan Rasulullah, namun kita harus tetap berusaha untuk terus mengikuti Rasulullah dalam semua aspek sesuai dengan kemampuan kita hal ini sebagaimana yang disabdakan Rasulullah dalam haditsnya yang artinya "ketika saya memerintahkan sesuatu maka kerjakanlah semampunya"²¹. Dari hal ini akan diuraikan tentang Rasulullah sebagai seorang pedagang sewaktu berada di Makkah dan Rasulullah sebagai pemimpin umat sewaktu berada di Madinah.

a. Masa di Makkah

Dari penjelasan sejarah, Rasulullah dikenal sebagai pebisnis yang sukses itu ketika sebelum Rasulullah diangkat menjadi Rasul sedangkan setelah diangkat menjadi Rasul tugas beliau adalah mengajak umat memeluk agama islam dan mengamalkan islam sedangkan kegiatan ekonominya dijelaskan ke dalam nasehat keagamaan yang disampaikan kepada umat. Dari nasihat tersebut terbentuklah berbagai macam hadits yang menjadi rujukan hukum dan akhlaq. Selama di mekkah terdapat beberapa konsep pemasaran yang diajarkan oleh Rasulullah diantaranya:

²⁰ Abdullah, *Idhoh al-Qowaidul al-Fiqhiyah*, Kuwait: Dar al-Deyaa, 2013, 100.

²¹ Yahya bin Syaraf, *al-Arbain an-Nawawi*, Beirut: Dar al-Manhaj, 2009, 60.

1) Jujur dan dapat dipercaya

Hal ini langsung dipraktikkan oleh Rasulullah yang beliau mendapat julukan al-Amin sejak kecil karena sifat kejujurannya, maka dari itu seorang pebisnis harus memiliki sifat jujur karena dengan jujur semua urusan menjadi mudah. Sebagaimana yang disabdakan oleh Rasulullah dalam haditsnya yang artinya: "wajib bagi kalian bersifat jujur karena jujur menunjukkan seseorang pada kebaikan dan kebaikan akan membawa ke surga"²².

2) Profesional

Profesional yaitu melakukan sesuatu sesuai dengan kemampuan dan keahliannya, profesional juga termasuk bagian amanah dalam ekonomi islam jika kita lihat sekarang banyak orang melakukan sesuatu bukan sesuai dengan kemampuan dan keahliannya hal ini dilakukan karena ada hubungan baik keluarga atau kenalan bahkan ada yang menggunakan cara sogok. Sebagaimana yang disabdakan oleh Rasulullah dalam haditsnya yang artinya: "jika urusan diserahkan pada selain ahlinya maka tinggal menunggu kiamat (kerusakan)"²³.

3) Kesetiaan dan kepuasan pelanggan

Rasulallah merupakan orang yang paling perhatian kepada umatnya bahkan ketika beliau hampir wafat masih sempat memikirkan umatnya hal ini juga dilakukan dalam kegiatan ekonomi yaitu para pelaku usaha harus jujur dalam menjual produknya agar para konsumen merasa puas terhadap produk yang mereka beli. Sebagaimana yang disabdakan oleh Rasulullah dalam haditsnya yang artinya: "sesama muslim itu saudara maka tidak halal bagi seorang muslim ketika melakukan transaksi jual beli yang mana dalam produk tersebut terdapat kecacatan maka haruslah ia jelaskan"²⁴.

4) Transparansi

Transparansi di dalam kegiatan ekonomi islam dikenal dengan sebutan khiyar yaitu pilihan antara melanjutkan akad atau membatalkan akad. Sebagaimana yang disabdakan oleh Rasulullah dalam haditsnya yang artinya: "antara penjual dan pembeli berhak menentukan pilihan selagi kedua belum berpisah jika keduanya

²² Syeikh Abdullah Syarqawi, *Fath al Mubdi'bi al Syarh Mukhtashar li Shahih al Bukhari*, Kairo: Mathba'ah Musthafa al Bab al Halabi, Cet I, 1339 H, jilid III, 309.

²³ Syeikh Abdullah Syarqawi, *Fath al Mubdi'bi al Syarh Mukhtashar li Shahih al Bukhari*, Kairo: Mathba'ah Musthafa al Bab al Halabi, Cet I, 1339 H, jilid II, 211.

²⁴ Al Imam Abi Bakr Ahmad ibn al Husain ibn Ali al Baihaqy, *al Sunan al Shagir*, Beirut: Dar al Kutub al 'Ilmiyyah, 1992, 496.

jujur dan saling menjelaskan (transparansi) maka transaksi keduanya diberkahi namun jika tidak saling transparansi maka berkahnya akan hilang"²⁵.

b. Masa di Madinah

Kegiatan masyarakat Madinah pada saat Rasulullah Hijrah yaitu melakukan perdagangan dan ada juga yang menggeluti pertanian oleh sebab itu dakwah yang disampaikan oleh Rasulullah lebih banyak menekankan kepada para pedagang dan petani untuk mementingkan etika bisnis yang sesuai dengan syariat Islam, karena sebelum Rasulullah melakukan hijrah ke Madinah kegiatan ekonomi di Madinah masih dipenuhi dengan hal hal yang negatif yang tidak mencerminkan keislaman seperti praktik riba, ghoror, spekulasi dan pelanggaran lainnya sehingga terjadi kesenjangan ekonomi yang sangat mencolok diantara mereka oleh karena itu Rasulullah kemudian mengajak masyarakat untuk melakukan jual beli sesuai dengan kerelaan antara kedua dan menganjurkan masyarakat untuk memberikan shodakoh dan menggalakan zakat agar si kaya memberikan hartanya kepada si miskin sehingga pemerataan ekonomi bisa teratasi semua ini sangat sukses dilakukan oleh Rasulullah ketika menjadi seorang pemimpin di Madinah dengan membuat aturan dan kebijakan yang berbasisi untuk kepentingan umat dan menjadikan Madinah sebagai kota yang maju. Apapun praktek konsep pemasaran yang dilakukan Rasulullah secara keseluruhan adalah sebagaimana berikut:

1) Konsep Produk

Pada saat Rasulullah melakukan pemasaran produk, Rasulullah selalu memberi informasi tentang keadaan produk tersebut baik kelebihan maupun kekurangan tanpa menyembunyikan sedikitpun apa ada dari produknya sehingga para konsumen merasakan kenyamanan dan keamanan terhadap produk yang mereka beli, dalam hal ini Rasulullah mempraktikkan transparansi pada produk serta kejujuran dalam pemasaran produknya, konsep yang semacam ini memang kelihatan sangat mudah namun sangat sulit untuk dipraktikkan terutama pada zaman modern sekarang ini yangmana kejujuran dan transparansi sangat berat untuk dipraktikkan dalam aspek ekonomi khususnya dizaman online yang sangat mudah sekali untuk melakukan penipuan terhadap produk yang dijual, seharusnya masyarakat muslim baik produsen maupun konsumen harusnya bisa mempraktikkan konsep pemasaran produk yang telah dicontohkan oleh

²⁵ al Bukhari, *Shahih al Bukhari*, Cet. Ke-3, Beirut:Dar ibn Kasyir, 1987, jilid II. 733.

Rasulallah agar mendapatkan keberkahan dalam perdagangannya bukan hanya keuntungan saja.

2) Konsep Promosi

Di dalam mempromosikan produk Rasulallah pada saat itu menggunakan media silaturahmi karena memang pada saat ini jaman belum secanggih saat ini yang sudah sangat mudah sekali dalam mempromosikan suatu produk. Dari silaturahmi tersebut Rasulallah mempromosikan produknya dari satu orang ke orang lainnya dan dari satu qabilah ke qabilah lainnya sehingga produk yang dipromosikan Rasulallah bisa tersebar luas dan mendapatkan keuntungan yang besar, silaturahmi ini memang tidak kalah dengan media teknologi saat ini karena media silaturahmi bisa bertemu langsung dan berhadapan antara penjual dan pembeli sehingga lebih memberikan pengaruh yang kuat selain itu juga terdapat unsur tolong menolong di dalam silaturahmi tersebut, Sebagaimana yang disabdakan oleh Rasulallah dalam haditsnya yang artinya: "orang yang berkeinginan dilapangkan rezeqi oleh Allah dan dipanjangkan umurnya maka sebaiknya perbanyak silaturahmi"²⁶.

3) Konsep Harga

Konsep harga yang ada pada zaman Rasulallah sebenarnya tidak jauh berbeda dengan yang ada saat yaitu penentuan harga harus di dasarkan pada kekuatan pasar yaitu dari permintaan dan penawaran sehingga praktik yang mengakibatkan perubahan harga yang terjadi tidak secara alami sangat dilarang seperti adanya penimbunan barang yang berakibat terhadap naiknya harga, praktik di pasar harus berdasarkan saling ridah antara kedua belah pihak yang mana tidak boleh ada intervensi di dalam menetapkan harga jadi dalam aktivitas pasar terdapat kebebasan selagi tidak melanggar aturan syariat, bahkan Rasulullah sendiri tidak mau untuk menetapkan harga ketika pada saat itu di Madinah terjadi kenaikan harga karena kenaikan harga kala itu terjadi secara alami.

4) Konsep Distribusi

Proses distribusi pada saat itu yaitu para tengkulak mengambil barang dari satu tempat dan dijual ketempat lain dengan perbedaan harga yang sangat mencolok sehingga dapat merugikan para konsumen dengan harga yang sudah terlalu mahal dan merugikan produsen dengan harga yang sangat murah dan hanya

²⁶ al Bukhari, *Shahih al Bukhari*, Cet. Ke-3, Beirut:Dar ibn Kasyir, 1987, 11.

menguntungkan pihak tengkulak saja dari kasus tersebut Rasulullah melarang praktik dengan sistem "*talaqi ar-ruqban*" sehingga harus ada transparansi harga dari tengkulak agar tidak merugikan konsumen dan produsen dan harus disesuaikan dengan kesepakatan, namun dizaman yang serba modern saat ini praktik yang semacam ini masih banyak dilakukan oleh orang-orang hanya untuk mendapatkan keuntungan meskipun saat ini proses distribusi sudah sangat mudah dengan adanya teknologi namun harga tetap saja ada perbedaan yang sangat jauh hal ini tidak lepas dari biaya distribusi itu sendiri yang mengakibatkan harga yang sampai pada konsumen menjadi mahal.

5. Karakteristik Pemasaran Rasulullah

Selain apa yang telah dijelaskan di atas tentang konsep, aplikasi dan praktik dari pemasaran Rasulullah selanjutnya akan dijelaskan karakteristik pemasaran yang dilakukan Rasulullah yang harus dimiliki oleh setiap pelaku usaha modern saat ini agar selain melakukan bisnis juga bisa mengikuti jejak langkah Rasulullah dalam melakukan pemasaran. Adapun karakteristik yang dimiliki oleh Rasulullah diantaranya yaitu:

a. Ketuhanan

Nabi merupakan pelaku usaha yang memiliki jiwa ketuhanan yang sangat tinggi karakter inilah yang tidak dimiliki oleh banyak pebisnis saat ini. Dalam melakukan bisnis Rasulullah selalu mementingkan jiwa ketuhanannya karena apa yang telah dilakukan di dunia akan ditanyakan kelak diakhirat sehingga dalam melakukan bisnis tidak larut hanya dalam kepentingan dunia saja, oleh karena itu hasil bisnis yang didapatkan oleh Rasulullah selalu digunakan untuk kepentingan umat bukan untuk kepentingan pribadinya hal ini terlihat dari kehidupan Rasulullah yang selalu mengedepankan kesederhanaan daripada kemewahan.

b. Moral dan Ahklaq (Etis)

Karakteristik lain yang dimiliki Rasulullah dalam pemasaran yaitu moral dan akhlaq, dalam aktivitas bisnisnya Rasulullah selalu memperlakukan orang lain dengan akhlaq yang baik tidak peduli dari kalangan manapun dan dari agama manapun Rasulullah juga selalu mementingkan kepuasan orang lain dan keuntungan orang lain dalam semua kegiatan ekonominya dengan cara kejujuran, kepercayaan, menyampaikan yang benar, dan kecerdasan yang dimiliki sebagaimana sifat-sifat Rasulullah lain hal yang semacam ini memang tidak mengherankan karena memang

Rasulallah diutus untuk menyempurnakan akhlaq yang sebelum sudah rusak pada saat jaman jahilyah yangmana aktivitas ekonomi saat itu masih banyak ketidakadilan, kedzoliman dan kebutuhan lainnya namun ketika Rasulallah diutus beliau mengubah keadaan jahilyah pada saat itu menuju ke akhlaq yang baik dengan memberikan contoh secara langsung ke pada masyarakat. Jika diteliti dan dipahami bahwa Rasulallah mengajarkan kepada umat tentang kehidupan yang baik sesuai dengan fitrah manusia itu sendiri dan menghilangkan segala keburukan yang dapat merusak kehidupan manusia dan ajaran yang dibawa akan mudah diterima oleh akal manusia pada umumnya.

c. Kemanusiaan (Humanis)

Sebagaimana yang kita ketahui bahwa nabi diutus untuk semua mahluk bukan hanya untuk orang Arab saja sehingga Rasulallah tidak pernah membedakan bedakan antara suku, agama dan ras, dalam hal ini Rasulallah selalu mengajarkan untuk memanusiakan manusia agar tidak ada yang saling direndahkan diantara mereka karena pada saat itu maraknya perbudakan sehingga kasta kemanusiaan pada sangat mencolok bahkan diantara mereka banyak memperlalukan budak tidak selayaknya manusia pada umumnya budak diperlakukan sebagaimana binatang sehingga dioandang sangat hina, Islam sendiri datang untuk menghapus perbudakan dimuka bumi, jadi wajar dalam islam banyak hukuman yang harus dibayar dengan memerdekakan budak hal ini agar derajat manusia terangkat menjadi manusia sesungguhnya bukan manusia yang hanya memikirkan nafsunya saja sebagaimana hewan. Dengan adanya kehumanisan ini maka kehidupan seseorang bisa terkontrol dengan baik dan seimbang dalam menjalani hidupnya, bukan hanya menjadi manusia yang semangat mengejar dunia dengan menghalalkan semua cara demi memenuhi nafsunya dengan tidak mementingkan kehidupan sosial yang ada di sekitarnya²⁷.

D. Kesimpulan

Berdasarkan dengan apa yang telah dikaji pada penulisan di atas sebenarnya secara teori pemasaran yang ada saat ini telah dipraktikkan langsung oleh Rasulallah sekitar 1400 tahun yang lalu dan apa yang dipraktikkan Rasulallah terus menyesuaikan dengan keadaan apapun dan di manapun serta aktivas Rasulallah dalam melakukan pemasaran tetap bisa

²⁷ Rahmat, *Islam Humanis*, Padang: Penerbit Ukazh, 2000, 112.

dijadikan contoh oleh para pelaku pasar saat ini agar tidak terlalu sibuk dalam mengkaji dan melakukan penelitian karena semua itu sejatinya telah dicontohkan oleh Rasulullah dalam kehidupan secara umum dan aspek ekonomi secara khusus terutama dalam pemasaran Islam. Dalam aspek pemasaran Rasulullah telah menggabungkan antara spiritual marketing dan intelektual marketing yang dijadikan dasar paling utama dalam melakukan pemasaran.

Daftar Pustaka

- Abdullah, 2013. *Idhoh al-Qowaidul al-Fiqhiyah*, Kuwait: Dar al-Deyaa.
- Al- Asqalānī, Ibnu Hajar. 1989. *Bulugh al-Marām*. Beirut: Dār al-Fikr.
- al Bukhari, 1987. *Shahih al Bukhari*, Cet. Ke-3, Beirut:Dar ibn Kasyir, jilid II.
- Al Imam Abi Bakr Ahmad ibn al Husain ibn Ali al Baihaqy, 1992. *al Sunan al Shagir*, Beirut: Dar al Kutub al ‘Ilmiyyah.
- al Qardhawy, Yusuf, 1990. *al-Madkhal li Dirasah al Syariah al Islamiyyah* , Kairo: Maktabah Wahbah.
- Al-Asqolani, 2015. *Bulugul Al-Marom Min Adillatil Al-Ahkam*, Riyad: Masjid Nabawi.
- Anshari, Endang Saifuddin, 1986. *Pengantar Ilmu Ekonomi*, Bandung: Galia Offset.
- Antonio, Muhammad Syafi’i, 2001. *Bank Syariah ; dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press.
- Darmadi Duriyanto, 2001. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Prilaku Merk*, Jakaarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hajar Swara Prihatta, 2018. *Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Maliyah, Jurnal Hukum Bisnis Islam, Vol. 8.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 1996. *Dasar-dasar Pemasaran dan Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jakarta: Prehalindo and Prentice Hall.
- Leonardus Saiman, 2009. *Kewirausahaan*, Jakarta: Salemba Empat.
- Mansur, Yusuf. 2008. *Business Wisdom of Muhammad Saw: 40 Kedahsyatan Bisnis Ala Nabi saw*. Bandung: PT. Karya Kita.
- Mohammad Zainal Arifin, Suliyono & Muh. Anshori, 2022. *Pemasaran Syariah Dalam Perspektif Hadits dan Aplikasinya Pada Perbankan Syariah*, Binamadani: Madani Syariah, Vol. 5.

- Muhammad al Khadori, 1988. *Nurul al-Yakin fi Sirati Sayyidil al-Mursalin*, Beirut: Dar al-Iman.
- Nur Rianto, 2012. *Dasar Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta.
- Rachmat Djatnika, 1996. *Sistem Ethika Islam Akhlak Mulia*, Jakarta: Pustaka Panjimas.
- Rahmat, 2000. *Islam Humanis*, Padang: Penerbit Ukazh.
- Sula, Muhammad Syakir dan Hermawan Kartajayaja, 2006. *Syari'ah Marketing*, Bandung: Mizan.
- Syamsul Haq al Azhim Abadi, 1995. *'Aun al Ma'bud Syarh Sunan Abi Daud*, Beirut: Dar al Fikr.
- Syeikh Abdullah Syarqawi, 1339. *Fath al Mubdi'bi al Syarh Mukhtashar li Shahih al Bukhari*, Kairo: Mathba'ah Musthafa al Bab al Halabi.
- Thalib, Muhammad, 1999. *46 Bimbingan Bisnis dan Pemasaran Isami*, Bandung: Gema Risalah Press.
- Tjiptono, Fandy, 1996. *Strategi Bisnis dan Manajemen*, Yogyakarta: ANDI penerbit.
- Umar Jabbar, *Khulasoh Nurul al-Yakin*, Qohirah: Maktabah al-Irsyad.
- Wasiono dkk, 1999. *Jurnal Marketing*, Edisi I, Semarang: PPS UNDIP.
- Yahya bin Syaraf, 2009. *al-Arbain an-Nawawi*, Beirut: Dar al-Manhaj.
- Yusron Ali Sya'bana, M. Yasir Nasution & Sugiono, 2012. *Bisnis Ala Rasulullah Dalam Perspektif Islam*, Sumatera: UIN Sumatera Utara, Vol. 4.