

KONSEP PEMASARAN DAN PENJUALAN DALAM PERSPEKTIF AGAMA ISLAM

Michelan Setiadi, Siti Anisa

Email: rainbow.std29@gmail.com, anisadelmora@gmail.com

Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin, Indonesia

Abstrak

Artikel ini membahas tentang konsep pemasaran dalam pandangan agama Islam. Hasil dari artikel ini merupakan hasil dari kajian pustaka dengan pengumpulan data melalui jurnal dan artikel, serta menggunakan metode penelitian deskriptif dan kualitatif. Pada sistem ekonomi pemasaran atau marketing terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan agar mencapai target penjualan sehingga bisnis berhasil. Dalam Islam Rasulullah telah mengajarkan tentang prinsip, etika dan adab dalam menjalankan suatu bisnis. Ada empat prinsip utama sesuai dengan pemasaran syariah, yaitu Keyakinan (Rabbaniyyah), Etis (Akhlaqiyah), Realistis (Waqi'iyah), Manusiawi (Al-Insaniyyah). Dengan mengetahui konsep pemasaran dalam islam diharapkan para marketer menjadikan pemasaran syariah menjadi kegiatan yang memberikan keberkahan rezeki, memberikan kepuasan pada konsumen, terwujudnya keadilan ekonomi, terpenuhinya kebutuhan pasar secara baik, dan sesuai dengan syariat Islam.

Kata kunci: *Pemasaran, etika, prinsip, bisnis syariah*

Abstrack

This article discusses the concept of marketing in the view of Islam. The results of this article are the result of a literature review with data collection through journals and articles, and using descriptive and qualitative research methods. In the marketing or marketing economic system, there are several things that must be considered in order to achieve sales targets so that the business is successful. In Islam, the Prophet has taught about the principles, ethics and manners in running a business. There are four main principles in accordance with sharia marketing, namely Belief (Rabbaniyyah), Ethical (Akhlaqiyah), Realistic (Waqi'iyah), Humane (Al-Insaniyyah). By knowing the concept of marketing in Islam, it is hoped that marketers will make sharia marketing an activity that provides sustenance blessings, provides satisfaction to consumers, realizes economic justice, fulfills market needs properly, and in accordance with Islamic law.

Keywords: *Marketing, ethics, principles, sharia business*

PENDAHULUAN

Pemasaran adalah suatu aktivitas yang dilakukan oleh sekelompok orang atau individu agar dapat memperoleh suatu keinginan dan kebutuhan yang mana hal ini mengakibatkan adanya sebuah transaksi dalam mencapai tujuan tersebut. Pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Pemasaran Nabi Muhammad SAW yang dilakukan pada abad ketujuh masehi. Dalam bisnis dan pemasarannya, Nabi Muhammad SAW selalu menjelaskan dengan baik kepada para pembelinya semua kelebihan dan kekurangan produk yang beliau jual. Jadi, kejujuran merupakan hal yang utama dalam penjualan yang dilakukakan oleh Nabi Muhammad SAW. Karena dengan berlaku jujur kepada konsumen mengenai kekurangan dan kelebihan suatu produk akan membuat konsumen atau pembeli percaya kepada kita. Mereka tidak akan merasa tertipu dan tidak merasa dibohongi oleh segala ucapan kita. Transaksi yang mencakup dalam hal berdagang dan pemasaran merupakan suatu proses kegiatan jual beli yang menimbulkan interaksi antara penjual dan pembeli. Sebagaimana yang telah diterapkan oleh nabi muhammad SAW sejak berumur 12 tahun. Dalam transaksi terdapat akad yang saling mempertemukan antara ijab dan qabul yang berakibat timbulnya akibat hukum. Akad merupakan tindakan hukum dua belah pihak yang melaksanakan pertemuan ijab dan qabul yang menyatakan kehendak pihak lain. Tujuan akad itu adalah untuk melahirkan suatu akibat hukum dalam transaksi jual beli.

Syariah marketing adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai dari suatu inisiator kepada stakeholders-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam. Ini artinya bahwa dalam syariah marketing, seluruh proses, baik proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai, tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang Islami.

Dalam kaidah fiqih, “al-Muslimuna ‘ala syuruthihim illa syarthan harrama halalan aw ahalla haraman” (Kaum muslimin harus memenuhi syarat-syarat yang telah mereka sepakati, kecuali syarat yang mengharamkan sesuatu yang halal atau menghalalkan sesuatu yang haram). Rasulullah Saw bersabda:

Dari Amr bin 'Auf al-Muzani r.a dari ayahnya dari kakeknya bahwa sesungguhnya Rasulullah Saw bersabda: Perdamaian diperbolehkan di antara kaum muslimin kecuali perdamaian yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram. Dan kaum muslimin boleh menentukan syarat kecuali syarat yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram. Abu Isa berkata hadits ini hasan shahih. (HR. at-Tirmidzi)

Maka pada pembahasan berikutnya, penulis akan mengeksplorasi lebih jauh tentang pemasaran syariah marketing berdasarkan pada ketentuan dari pandangan agama islam.

METODE PENELITIAN

Adapun metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kajian pustaka atau studi kepustakaan dimana sumber data yang digunakan adalah data sekunder yang meliputi buku serta artikel ilmiah yang relevan dengan kajian yang dibahas. Penelitian ini juga merupakan penelitian deskriptif dan kualitatif yang menggambarkan konsep suatu pemasaran dalam agama islam. Teknik Analisis Data yang dilakukan penelitian dengan menggunakan teknik analisa kualitatif dengan cara deduktif, maksudnya adalah dari hal-hal atau teori yang bersifat umum untuk menarik kesimpulan yang bersifat khusus.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian pemasaran menurut Stanton adalah suatu sistem dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk yang dapat memuaskan keinginan dalam mencapai tujuan perusahaan.

Pemasaran sangat perlu diperhatikan dalam hal kegiatan aktivitasnya karna pemasaran langsung berkaitan dengan konsumen yang nantinya harus dilakukan dengan benar agar diharapkan tercapainya sebuah tujuan yaitu sebuah kesepakatan yang menguntungkan bagi kedua belah pihak.

Menurut (Daryanto 2011:1) mengemukakan pengertian Pemasaran yaitu Suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok Mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Manajemen Pemasaran Menurut Kotler dan Keller (2011:6) dalam buku manajemen pemasaran

edisi 13 adalah Manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang umum.

Tujuan dari pemasaran ialah untuk mengembangkan dan meningkatkan suatu nilai penjualan yang dituju agar sekiranya efektif dalam mencapai tujuan dan efisien dalam menjalankannya. Dalam pandangan agama Islam pemasaran adalah kegiatan muamalah yang tidak menyalahi hukum selama dilakukan dengan memenuhi aturan-aturan syariat Islam. Aturan-aturan syariat ini dapat dipelajari pada pemasaran syariah yang terdapat pada bidang ekonomi Islam.

Ekonomi Islam mengacu pada prinsip syariah yang menjadi pedoman masyarakat muslim, sehingga setiap aktifitas manusia termasuk di dalamnya adalah kebijakan ekonomi dan pembangunan, serta aktivitas ekonomi masyarakat sudah semestinya merujuk kepada hukum Islam. Dalam kaitannya dengan ekonomi Islam maka pemasaran syariah ialah kegiatan ekonomi yang berorientasi pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta menciptakan nilai (value) bagi mereka selama tidak bertentangan dengan sumber utama dalam syariat Islam, yakni Al-Quran dan Hadits. Dengan demikian maka seluruh proses dan kegiatan dari pemasaran tidak boleh mengandung hal-hal yang dilarang dalam akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam. Selama hal-hal tersebut tidak menyimpang dari prinsip-prinsip muamalah Islami maka bentuk transaksi apapun dalam pemasaran syariah bisa diperbolehkan.

Beberapa prinsip atau kaidah dan teknik manajemen yang ada relevansinya dengan Al-Quran atau al-Hadist antara lain sebagai berikut (Muhammad, 1997): “

a. Prinsip Amar Ma'ruf Nahi Munkar

Setiap muslim wajib melakukan perbuatan yang ma'ruf, yaitu perbuatan yang baik dan terpuji seperti perbuatan tolong-menolong (taawun), menegakkan keadilan. Di antara manusia, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, mempertinggi efisiensi, dan lain-lain. Sedangkan perbuatan munkar (keji), seperti korupsi, suap, pemborosan dan sebagainya harus dihindari dan bahkan harus diberantas. Menyuruh kepada kebajikan (amar ma'ruf) dan mencegah kemunkaran (nahi munkar) adalah wajib. Untuk melaksanakan prinsip tersebut, ilmu manajemen harus dipelajari dan dilaksanakan secara sehat, baik secara bijak maupun secara ilmiah.

b. Kewajiban Menegakkan Kebenaran

Ajaran Islam adalah metode Ilahi untuk menegakkan kebenaran dan menghapuskan Kebatilan, dan untuk Menciptakan masyarakat yang adil, sejahtera serta diridhai Tuhan. Kebenaran (haq) menurut ukuran dan norma Islam. Manajemen sebagai suatu Metode pengelolaan yang baik dan benar, untuk menghindari kesalahan dan Kekeliruan dan menegakkan kebenaran. Menegakkan kebenaran adalah metode Allah Yang harus ditaati oleh manusia. Dengan manajemen yang disusun oleh manusia Untuk menegakkan kebenaran itu menjadi wajib.

c. Kewajiban Menegakkan Keadilan

Hukum syariah mewajibkan kita menegakkan keadilan, kapan dan dimanapun. Semua Perbuatan harus dilakukan dengan adil. Adil dalam menimbang, adil dalam bertindak, Dan adil dalam menghukum. Adil itu harus dilaksanakan dimanapun dan dengan Keadaan apapun, baik diwaktu senang maupun diwaktu susah. Sewaktu sebagai orang Kecil harus berbuat adil, sewaktu sebagai orang berkuasapun harus adil. Setiap Muslim harus adil kepada dirinya sendiri maupun kepada orang lain.

d. Kewajiban Menyampaikan amanah Allah dan Rasul-Nya memerintahkan kepada

Setiap muslim untuk menyampaikan amanah. Allah memerintahkan agar selalu Menyampaikan amanat dalam segala bentuknya, baik amanat perorangan, seperti Dalam jual- beli, hukum perjanjian yang termaktub dalam Kitab al Buyu' (hukum Dagang) maupun amanat perusahaan, amanat rakyat dan Negara, seperti yang dipikul Oleh seorang pejabat pemerintah, ataupun amanat Allah dan ummat, seperti yang Dipikul oleh seorang pemimpin Islam.

Pemasaran syariah harus didasarkan pada empat prinsip dasar yaitu: Keyakinan (Rabbaniyyah), Etis (Akhlaqiyah), Realistis (Waqi'iyah), Manusiawi (Al-Insaniyyah).

Rabbaniyyah merupakan sifat ketuhanan yang berasal dari kesadaran akan nilai-nilai religius yang penting dan mewarnai aktivitas pemasaran agar tidak terperosok ke dalam perbuatan yang dapat merugikan orang lain. Sehingga seorang syariah marketer sangat meyakini bahwa Allah selalu dekat dan mengawasinya ketika sedang melakukan macam bentuk bisnis dan yakin pula bahwa di akhirat nanti Allah akan meminta pertanggungjawaban dan memberi balasan atas apa yang sudah dilakukannya selama di dunia.

Etis (Akhlaqiyah) artinya kegiatan pemasaran harus mengedepankan isu-isu moral syariah (moral, etika) dalam segala aspek aktivitasnya. Dengan begini maka spiritual marketing akan dapat tercapai. Nabi Muhammad sebagai seorang pedagang memberikan contoh yang baik

dalam setiap transaksi bisnisnya. Beliau melakukan transaksi secara jujur, adil, amanah dan tidak pernah membuat pelanggannya mengeluh, apalagi kecewa. Beliau selalu amanah dan menepati janji serta selalu mengantarkan barang dagangannya dengan standar kualitas sesuai dengan permintaan pelanggan. Reputasinya sebagai pedagang yang benar dan jujur telah tertanam dengan baik sejak muda. Beliau selalu memperlihatkan rasa tanggung jawab terhadap setiap transaksi yang dilakukan. Hal inilah yang menjadi dasar bahwa akhlak dan etika sangat penting dalam pemasaran syariah.

Realistis (Waqi'iyah) berarti menyadari kondisi dan perubahan pasar atau dengan kata lain dapat fleksibel dan luwes dalam memasarkan. Dalam Islam bekerja dengan sungguh-sungguh atau secara professional Sangatlah dianjurkan, bahkan terkait dengan ini beberapa ayat Al-Qur'an secara khusus banyak pula yang berbicara tentang anjuran bekerja dengan sungguh, Diantaranya yaitu :

QS. Al-Qashas (28) ayat 26 :

Dan salah seorang dari kedua (perempuan) berkata, "Wahai ayahku! Jadikanlah dia sebagai pekerja (pada kita), sesungguhnya orang yang paling baik yang Anda ambil sebagai pekerja (pada kita) adalah orang yang kuat dan dapat dipercaya."

QS. At-taubah (9) ayat 105 :

Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.

dan QS. Al-An'am (6) ayat 135 :

Katakanlah (Muhammad), "Wahai kaumku! Berbuatlah menurut kedudukanmu, aku pun berbuat (demikian). Kelak kamu akan mengetahui, siapa yang akan memperoleh tempat (terbaik) di akhirat (nanti). Sesungguhnya orang-orang yang zalim itu tidak akan beruntung.

Manusiawi (Al-Insaniyyah) artinya selalu berhubungan dengan manusia. Hukum Islam dibuat untuk orang-orang sesuai dengan kemampuannya, tanpa memandang ras, warna kulit, kebangsaan atau status atau dengan kata lain sifat kemanusiaannya terjaga dan terpelihara.

Dalam bergadang atau menjalankan praktik pemasaran tidak akan luput dari tawar menawar yang dilakukan pembeli terhadap suatu produk. Islam membolehkan terjadinya tawar menawar harga hingga tercapai kesepakatan diantara dua belah pihak dan tidak ada unsur keterpaksaan. Dikarenakan hal tersebut dalam Islam terdapat hukum tawar menawar yang harus diperhatikan agar penjual ataupun pembeli tetap sesuai dengan syariat islam dan tidak menjadi haram karena ada hal lain yang merubah hukum tersebut.

Adapun firman Allah yang membahas tentang hal ini, yaitu di Q.S. An-Nisa ayat 29 yang berbunyi :

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

Dari penjelasan ayat tersebut dapat diketahui bahwa diperbolehkan melakukan tawar menawar dalam urusan jual beli agar tidak ada salah satu pihak yang merasa dirugikan karena telah menjual dan membeli atas dasar suka sama suka. Sebagai contoh bisa dilihat dari salah satu pihak yang dirugikan yaitu ada seorang penjual berdagang dengan harga tinggi agar mendapatkan harta lebih dan pembeli terpaksa membelinya karena faktor kebutuhan atau tidak menemukan barang yang dicari tersebut di tempat lain, maka pembeli tersebut diperbolehkan untuk melakukan tawar menawar.

Dan Q.S. Al-Hasyr ayat 9 :

“Dan orang-orang yang telah menempati kota Madinah dan telah beriman (Anshor) sebelum (kedatangan) mereka (Muhajirin), mereka (Anshor) ‘mencintai’ orang yang berhijrah kepada mereka (Muhajirin). Dan mereka (Anshor) tiada menaruh keinginan dalam hati mereka terhadap apa-apa yang diberikan kepada mereka (Muhajirin); mereka mengutamakan (orang-orang Muhajirin), atas diri mereka sendiri, sekalipun mereka dalam kesusahan. Dan siapa yang dipelihara dari kekikiran dirinya, mereka itulah orang-orang yang beruntung.”

Kikir yang dimaksud yaitu dapat berlaku baik bagi pembeli atau penjual yang melakukan hukum tawar menawar dalam Islam. Sering kali ada seorang pembeli yang menawar dengan merendahkan harga secara tidak wajar atau hingga memaksa lalu membanding-bandingkan dengan penjual lain. Jika pembeli yang telah menawar tidak jadi

membeli, padahal sudah tercapai kesepakatan harga, maka akan membuat penjual merasa kecewa. Menawar yang bertujuan karena kikir atau tidak mau mengeluarkan harta lebih tidak dibenarkan dalam islam. Karena jual beli dalam ekonomi Islam wajib mengutamakan etika agar penjual dan pembeli sama-sama merasa keuntungan.

Jual beli harus menghasilkan kesepakatan yang baik dari kedua belah pihak, agar mencapai kesepakatan tersebut tanpa memberatkan salah satu pihak. Jika kesepakatan sudah tercapai, adapun etika tawar menawar dan pemasaran yang harus diperhatikan.

Tawar menawar ialah suatu kegiatan atau proses yang bertujuan untuk terciptanya suatu kesepakatan yang disetujui oleh kedua belah pihak antara penjual yaitu pedagang maupun pembeli. Kegiatan tawar menawar sebetulnya juga memiliki etika menurut pandangan dalam agama islam, hal tersebut berlaku baik bagi penjual maupun pembeli agar terciptanya kesepakatan yang baik dan damai oleh kedua belah pihak.

Berikut adalah etika penawaran bagi pembeli :

- a. Calon pembeli kedua tidak diperbolehkan memberikan penawaran harga yang lebih tinggi dari penawar pertama yang sedang proses tawar menawar dengan penjual atau pembeli lain atau pada jual beli yang masih pada masa khiyar.
- b. Calon pembeli kedua tidak memberikan janji akan membeli harga yang lebih tinggi dari pembeli sebelumnya dan meminta penjual untuk membatalkan jual beli dengan pembeli pertama.
- c. Tidak mencurangi calon pembeli pertama dengan cara menyebutkan kekurangan barang yang sedang ditawarkan oleh mereka sehingga membuat calon pembeli pertama tidak jadi membeli barang tersebut.

Etika penawaran bagi penjual :

Bagi penjual, praktik yang melanggar etika penawaran tersebut dapat berbentuk menawarkan barang dengan harga yang lebih rendah kepada calon pembeli yang sedang melakukan tawar menawar dengan penjual lain. Hal tersebut dapat juga berbentuk menawarkan barang yang kualitasnya lebih baik dengan harga yang sama kepada calon pembeli yang sedang melakukan tawar-menawar atau pada masa khiyar dengan penjual lain. Hal ini untuk mengantisipasi terjadinya konflik dan pertengkaran antara sesama muslim dan juga persaingan yang tidak

sehat di antara keduanya. Larangan ini juga menegaskan agar pihak yang datang belakangan menghormati dan menghargai pihak yang sebelumnya.

Terkait dengan prinsip-prinsip dasar ekonomi Islam yang membentuk keseluruhan kerangka ekonomi Islam, sebagai berikut (Karim, 2008):

1. Tauhid (Keesaan Tuhan).

Tauhid merupakan fondasi ajaran Islam. Allah pemilik alam semesta dan semua sumber daya yang ada karena Allahlah yang menciptakan alam semesta dan beserta isinya. Dalam Islam semua yang diciptakan Allah ada manfaat dan tujuannya. Karena itu segala aktivitas yang ada hubungannya dengan alam (sumber daya) dan manusia (muamalah) dibingkai dalam kerangka hubungan dengan Allah. Karena kepada-Nya kita akan mempertanggungjawabkan segala perbuatan kita, termasuk kegiatan ekonomi dan bisnis.

2. 'Adl (Keadilan).

Dalam Islam, 'adl didefinisikan sebagai tidak menzalimi dan tidak dizalimi. Para pelaku ekonomi tidak dibolehkan untuk mengejar keuntungan pribadi bila hal itu merugikan orang lain atau merusak alam. Tanpa keadilan, manusia akan terkelompok-kelompok dalam berbagai golongan dan akan menzalimi sehingga terjadi eksploitasi manusia atas manusia.

3. Nubuwwah (Kenabian).

Allah mengutus para nabi dan rasul untuk memberikan bimbingan dan petunjuk dari Allah tentang bagaimana hidup yang baik dan benar di dunia dan mengajarkan jalan untuk kembali (taubah) ke asal muasal segala, yaitu Allah. Kegiatan ekonomi dan bisnis manusia harus mengacu pada prinsip-prinsip yang telah diajarkan oleh nabi dan rasul. Sifat-sifat Rasul yang harus diteladani, yaitu: Siddiq (benar, jujur), Amanah (bertanggungjawab, credible), Fatonah (cerdas, bijaksana, intelek) dan Tabligh (komunikatif, terbuka, ahli marketing).

4. Khilafah (Pemerintahan).

Manusia adalah khalifah Allah di muka bumi, karena itu pada dasarnya manusia adalah pemimpin. Dalam Islam pemerintah memegang peranan penting dalam perekonomian. Peran utamanya adalah untuk menjamin perekonomian agar berjalan sesuai dengan Syariah dan untuk memastikan supaya tidak terjadi

pelanggaran terhadap hak-hak manusia. Semua ini dalam kerangka pencapaian maqasid syari'ah yaitu memajukan kesejahteraan manusia.

5. Ma'ad (Hasil).

Hidup manusia tidak hanya di dunia, karena kita semua akan kembali kepada Allah. Perbuatan baik akan dibalas dengan kebaikan berlipat-lipat, perbuatan jahat akan mendapat hukuman yang setimpal. Prinsip ini menjadi motivasi dalam ekonomi dan bisnis, bahwa laba tidak hanya laba dunia tetapi meliputi laba akhirat. Karena itu konsep profit mendapat legitimasi dalam Islam.

Dalam pemasaran Islami sangat mengutamakan adanya konsep rahmat dan ridha, baik dari penjual pembeli, sampai dari Allah SWT. Dengan demikian, aktivitas pemasaran harus didasari pada etika dalam pemasarannya. Ada beberapa etika yang harus kita ketahui dalam melakukan jual beli, yaitu :

a. Melakukan akad jual beli

Akad jual beli dilakukan oleh penjual dan pembeli saat melakukan transaksi, akad tidak harus dilakukan dengan berjabat tangan. Misal telah terjadi kesepakatan yang tidak memberatkan salah satu pihak maka sudah termasuk akad atau pula ketika sang penjual menyerahkan barang dan pembeli memberikan uang.

b. Menjual barang yang diperbolehkan dalam islam

Islam melarang keras umatnya menjual barang-barang yang diharamkan, seperti babi, khamar (minuman keras), ganja, dan daging kurban. Maka dari itu, agar tetap mengikuti syariat islam dalam berdagang kita harus menjual barang yang telah diperbolehkan atau dihalalkan dalam islam.

c. Jujur terhadap kelebihan dan kekurangan barang yang dijual.

Sifat jujur merupakan sifat para nabi dan rasul yang diturunkan Allah Swt. Nabi dan rasul datang dengan metode yang bermacam-macam, tetapi sama-sama menjunjung tinggi nilai-nilai kejujuran. Begitupun saat berdagang, sifat jujur sangat penting agar tidak mengecewakan pembeli. Memberitahukan kekurangan dan kelebihan sesuai dengan kenyataannya tanpa melebih-lebihkan.

Nabi Muhammad Saw menjadi contoh bahkan figure bagi umat Muslim untuk menejadi pebisnis sukses. Beliau adalah pebisnis yang terperampil, pedagang yang jujur, sukses dan bersahaja. Karakter dan sifat Nabi Muhammad Saw. dalam menjalankan bisnis sungguh sangat mulia. Nabi Muhammad telah menunjukkan bagaimana cara berbisnis yang berpegang teguh

pada nilai-nilai yang terdapat pada Al-quran, seperti kebenaran, kejujuran, dan sikap amanah sekaligus bisa tetap memperoleh keuntungan yang optimal. Nilai-nilai tersebut menjadi suatu landasan yang dapat mengarahkan untuk tetap dalam koridor yang jujur, adil dan benar serta berkah yang mengundang keridhoan Allah Swt.

Adapun sifat-sifat Nabi Muhammad Saw ketika beliau menjalankan bisnis yang dapat diimplementasikan, yaitu :

1. Jujur (*Shiddiq*)

Nabi Muhammad Saw memiliki akhlak yang sangat mulia tercermin dari perilaku beliau dan memiliki kualitas yang tidak diragukan lagi. Dalam menjalankan bisnis, Nabi Muhammad Saw selalu dikenal sebagai seorang pembisnis yang jujur dan benar dalam menginformasikan produknya. Bila ada produknya yang memiliki kelemahan atau cacat, maka tanpa ditanyakan nabi Muhammad langsung menyampaikannya dengan jujur dan benar, tak ada sedikitpun yang disembunyikan.

Maksud dari nilai shiddiq dalam kegiatan pemasaran dapat diwujudkan dengan pemberian informasi yang benar akan produk yang dipasarkan oleh marketer. Tidak ada informasi yang disembunyikan mengenai obyek yang dipasarkan. Tidak mengurangi dan tidak menambahi

2. Dapat dipercaya (*Amanah*)

Dapat dipercaya atau *Amanah* adalah salah satu sifat nabi Muhammad Saw terutama saat berbisnis, beliau selalu menjaga harapan dan kepercayaan orang lain. Saat menjadi pedagang, Nabi Muhammad selalu mengembalikan hak milik atasannya, baik itu berupa hasil penjualan maupun sisa barang yang dipasarkan. Nilai amanah bagi pekerja marketing adalah sosok yang jujur dan dapat dipercaya, sehingga para pembeli merasa nyaman dan tidak ragu terhadap produk yang ditawarkan.

3. Komunikatif (*Tabligh*)

Memiliki sifat yang komunikatif serta argumentatif sangat diperlukan dalam berbisnis, karena dengan memiliki sifat yang komunikatif orang tersebut dapat menyampaikan informasi tentang layanan atau barang yang ditawarkan dengan baik dan memiliki tutur kata yang tepat sehingga membuat orang lain dapat memahami hal yang sedang diberitahukan.

Nabi Muhammad Saw. melakukan komunikasi secara langsung dan kontiniu (sustainable) untuk menjawab atau memberi informasi kepada orang yang membutuhkannya.

4. Cerdas (*Fathonah*)

Sifat cerdas (*Fathonah*) akan sangat mendukung bagi perusahaan yang melakukan kegiatan pemasaran. Jika sebuah perusahaan mempunyai Sumber Daya Insani (SDI) yang fathonah akan membantu perusahaan meraih profitabilitas yang maksimal. Perusahaan tidak akan dirugikan oleh pembisnis yang cerdas. Sebaliknya, pembisnis yang cerdas akan memberikan sentuhan nilai yang efektif dan efisien dalam melakukan kegiatan pemasaran. Sebagai pemimpin juga memerlukan sifat *fathonah*. Pemimpin yang fathanah adalah pemimpin yang memahami, mengerti dan menghayati secara mendalam segala hal yang menjadi tugas dan kewajibannya.

Seorang pembisnis selain mempunyai sifat-sifat yang telah disebutkan juga membutuhkan teman, relasi, kolega atau orang-orang yang dapat mendukung kehidupan pribadi maupun professional. Kualitas kehidupan ditentukan dari kualitas orang-orang yang berada di keseharian kita. Dalam membangun jaringan kita memerlukan sejumlah kiat yang berintikah pada satu maksud dan tujuan, yakni memasarkan produk/jasa yang telah dibangun.

Islam sebagai sebuah aturan hidup yang memiliki ciri khusus, memberikan aturan-aturan yang rinci untuk menghindarkan munculnya permasalahan akibat praktik yang tidak sehat. Dalam hal kerja, Islam memerintahkan setiap muslim untuk memiliki etos kerja yang tinggi, sebagaimana telah memerintahkan umatnya untuk berlomba-lomba dalam kebaikan. Dengan landasan ini, persaingan tidak lagi diartikan sebagai usaha mematikan pesaing lainnya, tetapi dilakukan untuk memberikan sesuatu yang terbaik dari usaha bisnisnya.

KESIMPULAN

Pemasaran atau yang lebih dikenal dengan istilah marketing ialah suatu proses menawarkan atau memasarkan suatu barang atau jasa dari produsen atau penjual kepada konsumen. Dalam agama islam, melakukan aktivitas pemasaran sudah terlaksana oleh nabi saat berusia 12 tahun. Beliau merupakan sosok figure bagi umat muslim untuk menjadi pebisnis yang sukses, beliau juga mengedepankan beberapa aspek penting dalam berdagang seperti

jujur, adil dan tidak mendustakan pembeli saat menjual barang yang beliau jual. Hal inilah yang akhirnya menjadi panutan bagi umat muslim agar senantiasa usaha yang dijalankan menjadi berkah dan optimal dalam memperoleh keuntungan yang sesuai kodratnya yang mengedepankan nilai-nilai kejujuran, adil, dan benar. Saat melakukan pemasaran juga harus memperhatikan hal hal penting yang sesuai dengan pandangan agama islam seperti memiliki sikap etika saat melakukan kegiatan tawar menawar, misalnya seperti melakukan akad jual beli dan sebagainya. Selama kegiatan pemasaran sesuai dengan kaidah dan syariat islam maka kegiatan tersebut halal dan berkah dalam melaksanakannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, M. Z., Suliyono, S., & Anshori, M. (2022). Pemasaran syariah dalam perspektif hadits dan aplikasinya pada perbankan syariah. *Madani Syari'ah*, 5(2), 83-97.
- Chan, S. S. D. (2019). Etika Penawaran Jual Beli Dalam Telaah Hadits Ahkam. *Adzkiya: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 6(2).
- Fathoni, M. A. (2018). Konsep pemasaran dalam perspektif hukum Islam. *Jurisdictie: Jurnal Hukum dan Syariah*, 9(1), 128-146.
- Prihatta, H. S. (2018). Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Maliyah: Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 8(1), 96-124.
- Sahroni, A. (2015). IMPELENTASI STRATEGI PEMASARAN RASULULLAH DALAM KONTEKS KONTEMPORER (Analisis di Swalayan Pamella Yogyakarta dan La Tansa Gontor Ponorogo). *Millah: Jurnal Studi Agama*, 117-134.
- Sya'bana, Y. A., & Nasution, M. Y. (2022). BISNIS ALA RASULULLAH DALAM PERSPEKTIF PEMASARAN. *AT-TIJARAH: Jurnal Penelitian Keuangan dan Perbankan Syariah*, 4(2), 189-201.