

Selling Skill; Rasulullah Shallallahu Alaihi Wa Sallam dalam Menjual Syahdanur¹

INFO ARTIKEL

Penulis:

¹Universitas Islam Riau

* E-mail:

syahdanur@eco.uir.ac.id

Untuk mengutip artikel ini:

Syahdanur. 2015. Selling Skill; Rasulullah Shallallahu Alaihi Wa Sallam dalam Menjual, Vol. 26, No. 2, Hal. 43-46.

Akses online:

<https://journal.uir.ac.id/index.php/kiat>

E-mail:

kiat@jurnal.uir.ac.id

ABSTRAK

Kelahiran Nabi Muhammad **Shallallahu** alaihi Wa Sallam merupakan peristiwa yang tiada bandingnya dalam sejarah umat manusia, karena kehadirannya telah membuka zaman baru dalam pembangunan peradaban dunia bahkan alam semesta (rahmatul-lil'amin QS 21:107) Beliau adalah utusan Allah Subhana Wa Taala yang terakhir sebagai pembawa kebaikan dan kemaslahatan bagi seluruh umat manusia. Michael H. Hart (2003) dalam bukunya, menempatkan beliau sebagai orang nomor satu dalam daftar seratus orang yang memiliki pengaruh yang sangat besar dalam sejarah. Kata Hart, "Muhammad Shallallahu alaihi Wa Sallam terpilih untuk menempati posisi pertama dalam urutan seratus tokoh dunia yang paling berpengaruh, karena beliau merupakan satu-satunya manusia yang memiliki kesuksesan yang paling hebat di dalam kedua bidang-bidang sekaligus : agama dan bidang duniawi". Kesuksesan Nabi Muhammad Shallallahu alaihi Wa Sallam telah banyak dibahas para ahli sejarah, baik sejarawan Islam maupun sejarawan Barat. Salah satu sisi kesuksesan Nabi Muhammad Shallallahu alaihi Wa Sallam adalah kiprahnya sebagai seorang pedagang (wirausahawan) lbwh kurang 25 tahun (usia 12 – 37) dan masa kenabian lebih kurang 23 tahun (usia 40 – 63). Untuk itu kita perlu merekonstruksi sisi tjarah Nabi Muhammad Shallallahu alaihi Wa Sallam, khususnya *Selling skill*, yaitu bagaimana Nabi Muhammad Shallallahu alaihi Wa Sallam dalam menjual. Ilmu dan seni seperti apa yang beliau terapkan sehingga mencapai sukses spektakuler di zamannya.

The birth of the Prophet Muhammad sallallaahu alayhi wa sallam is an incomparable event in the history of mankind, because his presence has opened a new era in the development of world civilization and even the universe (rahmatul-lil'amin QS 21:107) He is the last messenger of Allah Subhana Wa Ta'ala. as a carrier of goodness and benefit for all mankind. Michael H. Hart (2003) in his book, places him as number one on a list of the hundred people who have had the greatest influence in history. Hart said, "Muhammad sallallaahu 'alaihi wa sallam was chosen to occupy the first position in the order of one hundred most influential world figures, because he is the only human being who has the greatest success in both fields at once: religion and worldly fields". The success of the Prophet Muhammad sallallaahu 'alaihi Wa Sallam has been widely discussed by historians, both Islamic historians and Western historians. One side of the success of the Prophet Muhammad sallallaahu alayhi wa sallam is his work as a trader (entrepreneur) for more than 25 years (age 12-37) and a prophetic period of approximately 23 years (age 40-63). For that we need to reconstruct the side of the tjarah of the Prophet Muhammad sallallaahu 'alaihi wa sallam, especially selling skills, namely how the Prophet Muhammad sallallaahu 'alaihi wa sallam in selling. What kind of science and art did he apply to achieve spectacular success in his time.

Katakunci: Selling Skill, Rasulullah

Aktivitas *Selling Skill* Nabi Muhammad Shallallahu alaihi Wa Sallam

Reputasi Nabi Muhammad **Shallallahu alaihi Wa Sallam** dalam dunia bisnis dilaporkan antara lain oleh *Muhaddits Abdul Razzaq*. Ketika mencapai usia dewasa beliau memilih perkerjaan sebagai pedagang/wirausaha. Pada saat belum memiliki modal, beliau menjadi manajer perdagangan para investor (shohibul mal) berdasarkan bagi hasil. Seorang investor besar Makkah, Khadijah, mengangkatnya sebagai manajer ke pusat perdagangan Habshah di Yaman. Kecakapannya sebagai wirausaha telah mendatangkan keuntungan besar baginya dan investornya. Tidak satu pun jenis bisnis yang ia tangani mendapat kerugian. Ia juga empat kali memimpin ekspedisi perdagangan untuk Khadijah ke Syiria, Jorash, dan Bahrain di sebelah timur Semenanjung Arab.

Dalam literatur sejarah disebutkan bahwa di sekitar masa mudanya, Nabi Saw banyak dilukiskan sebagai Al-

Amin atau Ash-Shiddiq dan bahkan pernah mengikuti pamannya berdagang ke Syiria pada usia anak-anak (12 tahun). Lebih dari dua puluh lima tahun Nabi Muhammad Saw berkiprah di bidang wirausaha (perdagangan), sehingga beliau dikenal di Yaman, Syiria, Basrah, Iraq, Yordania, dan kota-kota perdagangan di Jazirah Arab. Namun demikian, uraian mendalam tentang pengalaman dan keterampilan dagangnya kurang memperoleh pengamatan selama ini.

Sejak sebelum menjadi mudharib (*fund manager*) dari harta Khadijah, ia kerap melakukan lawatan bisnis, seperti ke kota Basrah di Syiria dan Yaman. Dalam Sirah Halabiyah dikisahkan, ia sempat melakukan empat lawatan dagang untuk Khadijah, dua ke Habsyah dan dua lagi ke Jorasy, serta ke Yaman bersama Maisarah. Ia juga melakukan beberapa perlawatan ke Bahrain dan Abisinia. Perjalanan dagang ke Syiria adalah perjalanan atas nama Khadijah yang kelima, di samping perjalanannya sendiri-

yang keenam-termasuk perjalanan yang dilakukan bersama pamannya ketika Nabi berusia 12 tahun.

Di pertengahan usia 30-an, Rasulullah banyak terlibat dalam bidang perdagangan seperti kebanyakan pedagang-pedagang lainnya. Tiga dari perjalanan dagang Nabi setelah menikah, telah dicatat dalam sejarah: pertama, perjalanan dagang ke Yaman, kedua, ke Najd, dan ketiga ke Najran. Diceritakan juga bahwa di samping perjalanan-perjalanan tersebut, Nabi terlibat dalam urusan dagang yang besar, selama musim-musim haji, di festival dagang Ukaz dan Dzul Majaz. Sedangkan musim lain, Nabi sibuk mengurus perdagangan grosir pasar-pasar kota Makkah. Dalam menjalankan bisnisnya Nabi Muhammad jelas menerapkan prinsip-prinsip marketing yang jitu dan handal sehingga bisnisnya tetap untung dan tidak pernah merugi.

Implementasi Manajemen Bisnis Rasulullah

Jauh sebelum Frederick W. Taylor (1856-1915) dan Henry Fayol mengangkat prinsip manajemen sebagai suatu disiplin ilmu, Nabi Muhammad Saw. sudah mengimplementasikan nilai-nilai manajemen dalam kehidupan dan praktek bisnisnya. Ia telah dengan sangat baik mengelola proses, transaksi, dan hubungan bisnis dengan seluruh elemen bisnis serta pihak yang terlihat di dalamnya. Bagaimana gambaran beliau mengelola bisnisnya, Prof. Afzalul Rahman dalam buku Muhammad A Trader, mengungkapkan:

“Muhammad did his dealing honestly and fairly and never gave his customers to complain. He always kept his promise and delivered on time the goods of quality mutually agreed between the parties. He always showed a great sense of responsibility and integrity in dealing with other people”. Bahkan dia mengatakan: *“His reputation as an honest and truthful trader was well established while he was still in his early youth”*.

Berdasarkan tulisan Afzalurrahman di atas, dapat diketahui bahwa Nabi Muhammad adalah seorang pedagang yang jujur dan adil dalam membuat perjanjian bisnis. Ia tidak pernah membuat para pelanggannya komplek/mengeluh. Dia selalu menjaga janjinya dan menyerahkan barang-barang yang dipesan dengan tepat waktu. Dia senantiasa menunjukkan rasa tanggung jawab yang besar dan integritas yang tinggi dengan siapapun. Reputasinya sebagai seorang pedagang yang jujur dan terpercaya benar telah dikenal luas sejak beliau berusia muda.

Dasar-dasar etika dan manajemen bisnis tersebut, telah mendapat legitimasi keagamaan setelah beliau diangkat menjadi Nabi. Prinsip-prinsip etika bisnis yang diwariskan semakin mendapat pembenaran akademis di penghujung abad ke-20 atau awal abad ke-21. Prinsip bisnis modern, seperti tujuan pelanggan dan kepuasan konsumen (customer satisfaction), pelayanan yang unggul (service excellence), kompetensi, efisiensi, transparansi, persaingan yang sehat dan kompetitif, semuanya telah menjadi gambaran pribadi, dan etika bisnis Muhammad Saw ketika ia masih muda.

Pada zamannya, ia menjadi pelopor perdagangan berdasarkan prinsip kejujuran, transaksi bisnis yang fair, dan sehat. Ia tak segan-segan mensosialisasikannya dalam bentuk edukasi langsung dan statemen yang tegas kepada para pedagang. Pada saat beliau menjadi kepala negara, law enforcement benar-benar ditegakkan kepada para pelaku bisnis nakal. Beliau pula yang memperkenalkan asas “Facta Sur Servanda” yang kita kenal sebagai asas utama dalam hukum perdata dan perjanjian. Di tangan para pihaklah terdapat kekuasaan tertinggi untuk melakukan transaksi, yang dibangun atas dasar saling setuju “Sesungguhnya transaksi jual-beli itu (wajib) didasarkan atas saling setuju (ridla)...” Terhadap tindakan penimbunan barang, beliau dengan tegas menyatakan: “Tidaklah orang yang menimbun barang (ihtikar) itu, kecuali pasti pembuat kesalahan (dosa)!!!”

Sebagai debitor, Nabi Muhammad tidak pernah menunjukkan wanprestasi (default) kepada krediturnya. Ia kerap membayar sebelum jatuh tempo seperti yang ditunjukkannya atas pinjaman 40 dirham dari Abdullah Ibn Abi Rabi’. Bahkan kerap pengembalian yang diberikan lebih besar nilainya dari pokok pinjaman, sebagai penghargaan kepada kreditur. Suatu saat ia pernah meminjam seekor unta yang masih muda, kemudian menyuruh Abu Rafi’ mengembalikannya dengan seekor unta bagus yang umurnya tujuh tahun. “Berikan padanya unta tersebut, sebab orang yang paling utama adalah orang yang menebus utangnya dengan cara yang paling baik” (HR. Muslim).

Sebagaimana disebut diawal, bahwa penduduk Makkah sendiri memanggilnya dengan sebutan Al-Shiddiq (jujur) dan Al-Amin (terpercaya). Sebutan Al-Amin ini diberikan kepada beliau dalam kapasitasnya sebagai pedagang. Tidak heran jika Khadijah pun menganggapnya sebagai mitra yang dapat dipercaya dan menguntungkan, sehingga ia mengutusnyanya dalam beberapa perjalanan dagang ke berbagai pasar di Utara dan Selatan dengan modalnya. Ini dilakukan kadang-kadang dengan kontrak biaya (upah), modal perdagangan, dan kontrak bagi hasil.

Etika Bisnis Rasulullah

Pertama, **kejujuran**. Kejujuran merupakan syarat fundamental dalam kegiatan bisnis. Rasulullah sangat intens menganjurkan kejujuran dalam aktivitas bisnis. Dalam tataran ini, beliau bersabda: “Tidak dibenarkan seorang muslim menjual satu jualan yang mempunyai aib, kecuali ia menjelaskan aibnya,” (H.R. Al-Quzwani). “Siapa yang menipu kami, maka dia bukan kelompok kami,” (H.R. Muslim). Rasulullah sendiri selalu bersikap jujur dalam berbisnis. Beliau melarang para pedagang meletakkan barang busuk di sebelah bawah dan barang baru di bagian atas.

Kedua, **menolong atau memberi manfaat kepada orang lain**, kesadaran tentang signifikansi sosial kegiatan bisnis. Pelaku bisnis menurut Islam, tidak hanya sekedar mengejar keuntungan sebanyak-banyaknya, sebagaimana yang diajarkan bapak ekonomi kapitalis, Adam Smith, tetapi juga berorientasi kepada sikap ta’awun (menolong orang lain) sebagai implikasi sosial kegiatan bisnis.

Tegasnya, berbisnis, bukan mencari untung material semata, tetapi didasari kesadaran memberi kemudahan bagi orang lain dengan menjual barang.

Ketiga, tidak boleh menipu, takaran, ukuran dan timbangan yang benar. Dalam perdagangan, timbangan yang benar dan tepat harus benar-benar diutamakan. Firman Allah: "Celakalah bagi orang yang curang, yaitu orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi". (QS 83: 112).

Keempat, tidak boleh menjelekkkan bisnis orang lain, agar orang membeli kepadanya. Nabi Muhammad SAW bersabda, "Janganlah seseorang di antara kalian menjual dengan maksud untuk menjelekkkan apa yang dijual oleh orang lain," (H.R. Muttafaq 'alaih).

Kelima, tidak menimbun barang. Ihtikar ialah menimbun barang (menumpuk dan menyimpan barang dalam masa tertentu, dengan tujuan agar harganya suatu saat menja di naik dan keuntungan besar pun diperoleh). Rasulullah melarang keras perilaku bisnis semacam itu.

Keenam, tidak melakukan monopoli. Salah satu keburukan sistem ekonomi kapitalis ialah melegitimasi monopoli dan oligopoli. Contoh yang sederhana adalah eksploitasi (penguasaan) individu tertentu atas hak milik sosial, seperti air, udara dan tanah dan kandungan isinya seperti barang tambang dan mineral. Individu tersebut mengeruk keuntungan secara pribadi, tanpa memberi kesempatan kepada orang lain. Ini dilarang dalam Islam.

Ketujuh, komoditi bisnis yang dijual adalah barang yang suci dan halal, bukan barang yang haram, seperti babi, anjing, minuman keras, ekstasi, dsb. Nabi Muhammad SAW bersabda, "Sesungguhnya Allah mengharamkan bisnis miras, bangkai, babi dan patung-patung," (H.R. Jabir).

Kedelapan, bisnis yang dilaksanakan bersih dari unsur riba. Firman Allah, "Hai orang-orang yang beriman, tinggalkanlah sisa-sisa riba jika kamu beriman," (QS. al-Baqarah:: 278). Pelaku dan pemakan riba dinilai Allah sebagai orang yang kesetanan (QS. 2: 275). Oleh karena itu Allah dan Rasulnya mengumumkan perang terhadap riba.

Kesembilan, bisnis dilakukan dengan suka rela, tanpa paksaan. Firman Allah, "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan cara yang batil, kecuali dengan jalan bisnis yang berlaku dengan suka-sama suka di antara kamu," (QS. 4: 29).

Kesepuluh, membayar upah sebelum kering keringat karyawan. Nabi Muhammad Saw bersabda, "Berikanlah upah kepada karyawan, sebelum kering keringatnya." Hadis ini mengindikasikan bahwa pembayaran upah tidak boleh ditunda-tunda. Pembayaran upah harus sesuai dengan kerja yang dilakukan.

Dari pembahasan sederhana ini ada dua hal yang patut kita cermati. Pertama waktu atau umur yang dihabiskan Rasulullah saw untuk bisnis ternyata lbh panjang dari umur kenabiannya atau 25 tahun berbanding 23 tahun. Kedua Umur bisnis ditambah "masa kepedulian

sosial" yang jumlahnya sekitar 28 tahun membentuk suatu business skill yang sangat penting bagi proses pengambilan hukum hukum perdata dan komersial kelak kemudian ketika telah menjadi Rasul.

Untuk lebih detailnya mencermati visi dan strategi bisnis Rasulullah ada baiknya kita kaji dengan seksama pasar-pasar regional yang sering kali dikunjungi Rasul dari bulan ke bulan dalam siklus pameran dagang regional dan global saat itu. Dari sirah tampak jelas bahwa Muhammad saw adl pemain bisnis yang tangguh yang senantiasa alert dengan pasar pasar regional yang harus dikunjungi. Beliau menjemput bola memperluas jaringan mencari produk terkini dan mencari mitra strategis diberbagai kawasan dagang dan industri. Value driven business Sebagai seorang calon rasul Muhammad saw telah menunjukkan keluhuran akhlak sejak usia belia dan ini ia terapkan dalam dunia bisnis. Oleh krn itu ia terkenal dengan julukan al-Amin.

Setelah menjadi rasul, Muhammad saw dianugerahi sifat-sifat yang mulia yang sangat dibutuhkan dalam dunia bisnis dan ekonomi. Terapan dari sifat sifat tersebut dapat kita rangkum sebagai berikut : Dari business skills ke business laws. Mungkin ada sebagian yang berpendapat bahwa pengalaman dan teladan bisnis Muhammad sebagian besar terjadi dan dilakukan jauh sebelum beliau diangkat menjadi Rasul. Oleh krn itu teladan-teladan bisnisnya belum menjadi sunnah bagi kita. Pendapat ini akan kehilangan pijakannya seandainya kita menelaah hukum dan sabda-sabda Rasul yang berkaitan dengan bisnis dan ekonomi. Sangat jelas sekali bahwa kejelasan Rasul dalam memutuskan masalah bisnis dan ekonomi sangat banyak dipengaruhi oleh kepiawaian dan intuisi bisnis masa mudanya.

Simpulan

Nabi muhammad saw terlahir dari bangsa Quraisy, kaumnya para pebisnis, diasuh oleh seorang pebisnis dan mulai dari kecil meniti karir di daerah strategis untuk berbisnis. Daya tarik muhammad saw dalam berbisnis diantaranya : memiliki banyak pengalaman, menciptakan kejujuran, membangun silaturahmi, memiliki sikap murah hati, penuh rasa syukur serta kesabaran yang terlatih.

Gaya Nabi Muhammad saw dalam berbisnis diantaranya : membentuk nama baik, membangun hubungan baik, menciptakan usaha yang halal, bersaing secara sehat. Tujuan bisnis Nabi Muhammad saw adalah menggapai Ridha Illahi, mengurangi kemiskinan dan penghambaan kepada manusia serta menyebarkan dan mengembangkan ajaran islam. Demikian sekelumit sisi kehidupan Nabi Muhammad dalam dunia bisnis yang sarat dengan nilai-nilai manajemen, Semoga para pebisnis modern, dapat meneladaninya sehingga bisa sukses dengan pancaran akhlak terpuji dalam bisnis .

Daftar Pustaka

Abdurrahman husein, Lc, M.Ec, Muhammad SAW
Michael H. Hart. 2009. 100 orang Paling
Berpengaruh Di Dunia Sepanjang Sejarah, Penerbit
Hikmah, Jakarta Selatan.