

## Bab 4

### Ajaran Tentang Kepercayaan *(The Spirit of Trust)* dalam Pemasaran

#### A. Ajaran Tentang Kepercayaan *(The Spirit of Trust)* dalam Historiografi Kehidupan Rasulullah saw.

Rasulullah saw. dilahirkan di suatu peradaban yang maju dalam perdagangan internasional. Hal ini secara tidak langsung sangat mempengaruhi pertumbuhan Rasulullah saw., sehingga Beliau tumbuh besar dan mempunyai skill yang sangat baik di bidang bisnis dan pemasaran.

##### 1. Kondisi Mekkah pada saat kelahiran Rasulullah saw.

Mekkah pada abad ke-enam Masehi merupakan tempat yang penting di Saudi Arabia karena terletak di lintas perdagangan internasional. Barang-barang yang datang dari India, seperti rempah-rempah, buah-buahan, gandum, keramik serta tekstil diturunkan di pelabuhan Yaman. Dari Yaman barang-barang tersebut diangkut ke Mekkah dengan menggunakan kereta onta bersama-sama dengan produk-produk dari Arab Selatan seperti kopi, daun-daunan untuk obat, parfum dan wewangian. Dari Makkah terus ke Syiria dan kemudian menuju ke seluruh Jazirah Arab (Mediterrania).<sup>1</sup>

Mekkah sendiri adalah tujuan dari banyak kafilah Arab dan India. Kafilah-kafilah yang lainnya melewati Mekkah dan Yatsrib (Madinah) dalam perjalanan mereka ke berbagai tujuan di bagian utara tempat mereka mengadakan hubungan dagang dengan kafilah-kafilah dari Negeri Cina. Kafilah-kafilah yang datang dari utara, juga berhenti di Mekkah, mereka mengganti onta-onta dan kuda-kuda mereka, menambah persediaan makanan, dan kemudian berjalan lagi menuju pelabuhan bagian Selatan Laut Arab. Mekkah merupakan pusat pertukaran barang-barang dan komoditi, baik bagi bangsa Arab yang menetap maupun yang berpindah-pindah.

---

<sup>1</sup> Syed A. A. Rawzi, *Khadijah yang Agung: Keteladanan dan Keteguhan Seorang Istri*, terj. Alwiyah Abdurrahman, dari judul aslinya "Khadijatul Kubra: The Wife of The Prophet Muhammed, A Short Story of Her Life (Bandung: Mizan, 1993), 11-12.

Mekkah juga merupakan pusat penyebaran hasil pertanian serta hasil-hasil produksi bagi Hijaz. Suku-suku itu berdatangan dari tempat-tempat jauh, yaitu Arab Tengah dan bahkan Arab Timur. Mereka bertujuan membeli barang-barang yang tidak ada di daerah mereka. Kebanyakan perdagangan antar suku ini dilakukan dengan cara barter.<sup>2</sup>

Kaum Quraisy Mekkah adalah kaum yang penting di Arab Barat, dan semua anggotanya adalah pedagang. Yaitu dengan melakukan impor sutera Cina, produk-produk dari Afrika Timur, dan barang-barang dari India. Orang-orang Quraisy yang merupakan salah satu suku terkuat di Mekkah berhasil menguasai perdagangan antara Timur dan Mediterania.<sup>3</sup>

## 2. Garis keturunan (*nasab*) Rasulullah saw.

Selain letak geografis yang sangat strategis di bidang perdagangan, beberapa orang yang turut mewarnai kehidupan Rasul, dan menurunkan kompetensi kepada Beliau di bidang bisnis dan pemasaran adalah buyut, kakek dan ayahnya. Keluarga Rasulullah saw. dikenal dengan sebutan keluarga Hasyimiyah yang dinisbatkan kepada buyutnya Hāshim b. Abd Manāf. Adapun latar belakang buyut, kakek dan ayah Rasulullah saw. adalah sebagai berikut:<sup>4</sup>

1. Hāsyim, buyut Rasulullah adalah orang yang sangat kaya raya dan terhormat. Ia adalah orang pertama yang membuka jalur perjalanan dagang bagi orang-orang Quraisy dua kali dalam setahun, yaitu sekali pada waktu musim dingin dan sekali pada waktu musim panas. Hasyim pernah pergi ke Syam untuk berdagang, dan setiba di Madinah Ia menikahi Salma bt. Amru. Setelah menetap sebentar di Madinah, kemudian Hasyim melanjutkan perjalanannya ke Syam dengan meninggalkan istrinya bersama mertuanya, akan tetapi sesampainya di Palestina Hasyim meninggal dunia;

---

<sup>2</sup>Ibid.,

<sup>3</sup> Ibid.,

<sup>4</sup> Syaikh Shafiyurrahmān al-Mubarakfury, *Sirah Nabawiyah*, Terj. Kathur Suhardi, dari judul aslinya "al-Rahīq Makhtūm, Baht fi Sirah al-Nabawiyah alā Ṣāhibinā afdhal al-Ṣalāt wa al-Salām" (Jakarta: Pustaka al-Kautsar, cet: 30, 2009), 38-42; Ibn Hishām, *al-Sīrah al-Nabawiyah*, Tahqiq: Wafid bin Muhammad bin Salāmah & Khālid bin Muhammad bin Uthmān (Kairo: Maktabah al-Shafā, 2001).

2. Abd al-Muṭālib, kakek Rasulullah saw. adalah orang yang terpandang dan menangani urusan air minum dari zamzam bagi orang-orang yang melaksanakan ibadah haji. Ia juga menyaksikan dua peristiwa penting, yaitu penggalian sumur zam-zam dan peristiwa pasukan abrahah, dan;

3. Abdullāh b. Abd al-Muṭālib, adalah ayah Rasulullah saw.. Mayoritas ahli sejarah berpendapat bahwa Abdullāh pergi ke Syam untuk berdagang, lalu bergabung dengan kafilah Quraiys. Pada saat itu Abdullāh singgah di Madinah dalam keadaan sakit, kemudian meninggal di sana dan dikuburkan di *Dār al-Nābighah al-Ja'di*, pada saat dua bulan sebelum kelahiran Muhammad saw..

Dalam perjalanan hidupnya, Rasulullah saw. selalu menanamkan ajaran tentang kepercayaan (*the spirit of trust*). Sehingga Beliau senantiasa menarik simpati masyarakat di sekelilingnya, dan mempercepat kepercayaan masyarakat pada saat itu untuk menerima ajaran yang dibawanya. Filosofi *the spirit of trust* yang dipraktekkan oleh Rasulullah saw. semasa hidupnya, bisa dijadikan landasan dalam berbisnis, khususnya dalam bidang pemasaran. Dimulai dari suatu asumsi bahwa Rasulullah saw. sebagai pemasar sebuah produk baru dari Sang Maha Pencipta (Allah), yaitu agama Islam yang harus disampaikan kepada publik. Rasulullah saw. sangat memahami manajemen pemasaran, dengan melakukan analisa peluang-peluang pemasaran dan strategi pemasaran. Rasulullah saw. juga fokus dengan segmentasi, targeting dan positioning<sup>5</sup>. Lebih rinci lagi, akan dikemukakan berbagai macam tehnik pemasaran Rasulullah saw. sesuai dengan

---

<sup>5</sup> Banyak penulis buku tentang bisnis Muhammad mengungkapkan bahwa segmentasi, targeting dan positioning telah ada sejak dahulu kala, pada saat perniagaan di masa kehidupan Muhammad saw., salah satunya adalah Malahayati, *Rahasia Bisnis Rasulullah* (Yogyakarta: Penerbit Jogja Great! Publisher, 2010), 58; Sholihin memberikan penjelasan lebih lanjut tentang bangunan marketing Muhammad saw., dengan meletakkan positioning adalah kejujuran, targeting adalah keadilan, segmentasi adalah masalah dan *marketing mix* adalah tauhid sebagai alat untuk mencapai profit dan keberkahan. Lihat Muhammad Sholihin, *Hebatnya Marketing Muhammad saw.* (Yogyakarta: CV Solusi Distribusi, 2010), 14; Akan tetapi belum ada satu referensi-pun yang mengaitkan pemasaran dengan sejarah historiografi Rasulullah. Jadi pembahasan tentang pemasaran perspektif *al-Sīrah al-Nabawiyah* yang dilakukan oleh peneliti pada kali ini, merupakan suatu hal yang baru.

kajian historis pada historiografi kehidupan Rasulullah saw. (*al-Sīrah al-Nabawiyah*).

## **B. Memahami Manajemen Pemasaran**

### **1. Definisi Pemasaran**

Jika sebelumnya telah dijelaskan bahwa konsep pemasaran diartikan sebagai suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan, dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Maka definisi pemasaran di atas, sangat sesuai dengan awal kemunculan Islam, di mana mayoritas konsumen pada waktu itu membutuhkan dan menginginkan sebuah produk (norma) baru yang bisa menggulingkan kesewenang-wenangan yang pada saat itu sedang menggurita. Kemudian Muhammad saw. datang dengan membawa 'produk' baru, melebihi sebuah norma yang diinginkan oleh konsumen, yaitu sebuah *brand* yang bernama Islam.

### **2. Mengutamakan kualitas nilai dan produk**

Menjadi sesuatu yang sangat berarti adalah nilai penting dalam pemasaran, karena Rasulullah saw. membangun kepuasan pelanggannya melalui kualitas produk dan juga nilai-nilai yang ada di dalamnya (Islam). Mengenai kualitas produk yang dibawa oleh Rasulullah saw., bisa dibuktikan melalui dialog yang dikemukakan oleh Ja'far b. Abu Thalib dan Raja Najasyi. Yaitu ketika orang-orang Muslim menghadapi tekanan yang semakin berat dari para pemuka kaum Quraisy, maka Rasulullah saw. mengirim beberapa orang Muslim untuk mencari suaka kepada raja Habasyah (Ethopia) tersebut. Rombongan yang berjumlah delapan puluh tiga orang laki-laki dan delapan belas/sembilan belas orang perempuan ini kemudian menghadap Raja Najasyi. Ja'far b. Abu Thalib yang menjadi juru bicara orang-orang Muslim menjawab beberapa pertanyaan Raja Najasyi tentang Islam, Ia berkata: "Wahai tuan Raja, dulu kami adalah pemeluk agama jahiliyah. Kami menyembah berhala, memakan bangkai, berbuat mesum, memutuskan tali persaudaraan, menyakiti

tetangga dan yang kuat di antara kita memakan yang lemah. Sehingga Allah mengutus seorang Rasul dari kalangan kami sendiri, yang kami mengetahui nasab, kejujuran, amanah dan kesucian dirinya. Beliau menyeru kami untuk mengesakan dan menyembah Allah serta meninggalkan penyembahan kami dan bapak-bapak kami terhadap batu dan patung. Beliau juga memerintahkan kami untuk berkata jujur, melaksanakan amanat, menjalin hubungan kekerabatan, berbuat baik kepada tetangga, menghormati hal-hal yang disucikan dan darah. Beliau melarang kami berbuat mesum, berkata palsu, mengambil harta anak yatim dan menuduh wanita-wanita yang suci."<sup>6</sup>

Dialog mengenai kualitas produk (Islam) di atas, mampu menggerakkan Raja Najasyi untuk memberikan suatu umpan balik, yaitu jasa pertolongan. Dengan memberikan suaka kepada semua orang dalam rombongan kaum Muslimin dan menolak permintaan kaum Quraisy –yang pada waktu itu mengirimkan utusan yang disertai dengan berbagai macam hadiah- untuk menyerahkan kaum Muslimin kepada mereka. Hal ini membuktikan bahwa kualitas produk menempati urutan pertama, dan kemudian seiring dengan kemajuan zaman, kualitas tersebut disesuaikan dengan cara pandang masing-masing konsumen.

### **3. Membangun kepuasan pelanggan melalui nilai**

Aspek lain yang terdapat dalam manajemen pemasaran adalah membangun kepuasan pelanggan melalui nilai. Seperti halnya yang terekam dalam peristiwa di saat Rasulullah saw. naik ke bukit Shafa, lalu berseru "Wahai bani Fihri, wahai bani ady..!" (yang ditujukan kepada semua suku Quraisy, hingga mereka berkumpul semua). Jika ada seseorang di antara mereka ada yang belum hadir, maka kaumnya mengirimkan seorang utusan untuk melihat apa yang sedang terjadi. Abu Lahab beserta dengan para pemuka Quraisy juga turut datang. Kemudian Rasulullah saw.

---

<sup>6</sup> F.E. Peters, *Muhammad and The Origins of Islam* (New York: State University of New York, 1994), 174; Al-Mubarakfūrī, *Sīrah Nabawiyah*, 97; Abdul Ḥalīm Maḥmūd, *al-Rasūl saw. wa Sunnatuhu al-Sharīfah, Silsilah al-Buḥūth al-Islāmiyah* (Kairo: al-Hay'ah al-'Ammah li Shu'ūn al-Maṭābi' al-Amīriyah, 1974), 157; Husayn Yaḥyā al-Dzārī, et-al, *al-Sīrah al-Nabawiyah li Ṭullāb wa Ṭālibāt al-Ṣaff al-Awwal al-Thanawī* (Yaman: al-Jumhuriyyah al-Yamaniyyah, Wizārah al-Tarbiyah wa al-Ta'fīm, 2001), 50-52.

bersabda, "apa pendapat kalian jika kukabarkan bahwa di lembah ini ada pasukan kuda yang mengepung kalian, apakah kalian percaya padaku? Mereka menjawab, "benar, kami tidak pernah mempunyai pengalaman bersama engkau kecuali kejujuran." Beliau bersabda, "sesungguhnya aku memberi peringatan kepada kalian sebelum datangnya azab yang pedih."<sup>7</sup>

Kisah di atas mengisyaratkan bahwa seberapa besar konsumen belum mengetahui nilai "produk baru" yang ditawarkan oleh Rasulullah saw., maka perhatian pertama para calon konsumen terpusat pada nilai dan kredibilitas yang dimiliki oleh pemasar. Bukti tertulis menyatakan bahwa seberapa besar calon konsumen menghargai kejujuran Rasulullah saw., kecuali hanya seseorang yang bernama Abu Lahab. Sehingga perhatian mereka terfokus kepada sang pemasar (Rasulullah saw.) yang sudah tercitrakan dengan kejujuran, dan ini merupakan satu nilai *plus* untuk suatu kegiatan bisnis. Jadi bisa digaris bawahi, bahwa kredibilitas sang pemasar juga menempati urutan yang pertama dalam pemasaran. Akan tetapi tuntutan manajemen pemasaran pada saat ini bukan berhenti pada titik kredibilitas, jauh di atas hal tersebut banyak perusahaan yang menuntut sang pemasar untuk berpenampilan menarik, dan akhirnya bisa membujuk konsumen sasaran, karena yang nampak pertama kali adalah fisik sang pemasar. Akan tetapi, penampilan seorang pemasar –meskipun memang sangat diperlukan- hendaknya menempati urutan yang kedua sebagai faktor pelengkap yang harus dimiliki oleh pemasar, setelah urutan yang pertama, yaitu kredibilitas yang baik tentunya.

#### **4. Kinerja organisasi yang baik**

Dalam pembahasan tentang manajemen pemasaran, disoroti juga hal-hal yang berkaitan dengan kinerja organisasi. Karena perusahaan harus mengetahui orientasi pasar, yaitu bagaimana melepaskan produk, jasa dan gagasan ke pasar dan bisa diterima oleh pasar. Kaitannya dengan kinerja organisasi, Rasulullah sangat menjunjung tinggi kinerja sebuah *team* dan beliau tidak pernah bekerja sendirian.

---

<sup>7</sup> Kemudian Abu Lahab berkata, "Celakalah engkau untuk selama-lamanya, untuk inikah engkau mengumpulkan kami?". Lihat Bukhārī, *Ṣaḥīḥ Bukhārī*, 2/702,743.

Hal ini bisa dicermati ketika beliau mengadakan majelis permusyawaratan untuk menetapkan strategi defensif menghadapi orang Quraisy pada perang Uhud. Rasulullah saw. mengusulkan kepada para sahabatnya, untuk tidak keluar Madinah dan bertahan di sana. Akan tetapi banyak di antara para sahabat yang mengusulkan untuk berperang keluar dari Madinah. Usulan tersebut banyak dilontarkan oleh para sahabat yang tidak ikut perang Badar, dan sangat menginginkan untuk ikut andil di peperangan uhud. Akhirnya beliau menyetujui suara mayoritas yaitu berperang keluar dari Madinah. Rasulullah saw. juga mengadakan majelis tinggi permusyawaratan ketika mendengar rencana penyerangan koalisi pasukan Bani Nadhir, Quraisy, Ghatafān, dan beberapa suku Arab lainnya ke Madinah. Sehingga Madinah berpotensi terkepung dari segala penjuru. Hasil dari rencana pertahanan Madinah adalah menyepakati usulan Salman al-Farisi, yaitu meniru strategi orang-orang Persi ketika sedang dikepung oleh musuh, dengan membuat parit di sekitar daerah mereka. Sehingga Rasulullah saw. membagi tugas dengan menyuruh setiap sepuluh orang laki-laki untuk menggali parit sepanjang empat puluh hasta. Rasulullah saw. sendiri turut mengangkut tanah galian parit tersebut, sehingga banyak debu yang menempel di kulit perut beliau. Dan ketika semua penggali parit kelaparan, Rasulullah saw. memerintahkan mereka untuk mengikatkan batu di perut mereka. Adapun Rasulullah saw. sendiri mengikatkan dua buah batu di perutnya untuk mengganjal rasa lapar yang mendera.<sup>8</sup>

### **5. Perencanaan strategis untuk menguasai pasar**

Ketika kinerja sebuah organisasi sudah sangat baik, solid serta adanya tujuan yang jelas, maka dalam rangka memenangkan suatu pasar harus melalui perencanaan strategis. Pentingnya suatu strategi pasar diharapkan memberikan suatu pengenalan terhadap produk yang baru. Untuk selanjutnya berproses dan menjadikan suatu produk diterima oleh konsumen. Karena dalam ilmu pemasaran ada istilah daur hidup produk, yaitu dimulai dari tahap pengembangan produk, pengenalan,

---

<sup>8</sup> Ibn Ḥazm al-Andalusī, *Jawāmi' al-Sīrah al-Nabawiyah* (Libanon: Dār al-Kutub al-Ilmiyah, t. th), 147; Al-Mubarakfūrī, *Sīrah Nabawiyah*, 340-341.

pertumbuhan, kedewasaan dan penurunan. Suatu contoh dalam kajian historis *al-Sīrah al-Nabawiyah* tentang strategi daur hidup produk ketika memasuki tahap pengembangan produk adalah ketika terjadi perang Mu'tah pada tahun 8 H.<sup>9</sup>

Pada saat itu, komandan perang dipegang oleh Khalid b. Waḥid, dan ia melakukan siasat perang untuk bisa menyusupkan perasaan takut kepada pasukan Romawi. Hal itu tidaklah gampang, karena jumlah pasukan Romawi adalah 200.000 orang, dan pasukan Muslimin adalah 3.000 orang. Setelah berperang sekian lama melawan pasukan Romawi yang terkenal sebagai sebuah kekuatan yang tak terkalahkan, kemudian pasukan Muslimin memilih untuk mundur. Dan pilihan ini bukan merupakan suatu pilihan yang baik, karena pasukan Romawi pasti akan mengejar dan menghabisi kaum Muslimin. Maka keesokan harinya Khalid merubah komposisi pasukan dan mempersiapkannya dengan pola baru. Yang tadinya berada di front belakang di alihkan ke front depan, yang tadinya berada di front kiri, kemudian dialihkan ke sayap kanan. Ketika musuh melihat hal tersebut, seakan mereka melihat bahwa ada kiriman bala bantuan pasukan baru dari Madinah. Sehingga kemudian pasukan Muslimin mundur pelan-pelan, dan pasukan Romawi tidak mengejar karena mengira bahwa pasukan Muslimin menerapkan suatu tipuan, dan sengaja menarik mereka ke padang pasir untuk melancarkan serangan balik. Jadi perang ini tetap meninggalkan pengaruh yang positif dengan mengangkat pamor orang-orang Muslimin di dunia Arab.<sup>10</sup> Sehingga dunia Arab saat itupun keheranan, melihat kaum Muslimin berhadapan dengan pasukan Romawi yang paling tangguh pada saat itu, tanpa mengalami kerugian yang berarti ketika kembali ke Madinah.

Efek dari strategi Khalid b. Walid telah melewati tahapan tahap pengembangan produk dan maju selangkah menjadi pengenalan dan pertumbuhan

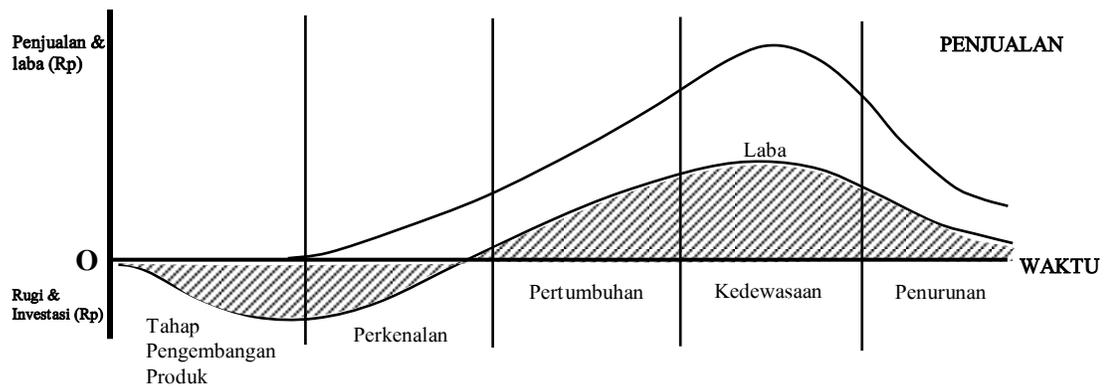
---

<sup>9</sup> Sebuah dusun sebelum masuk wilayah Syam yang merupakan daerah kekuasaan Romawi. Latar belakang perang ini adalah Rasulullah saw. mengutus Al-Hārith b. Umair untuk mengirim surat kepada pemimpin Bushra. Akan tetapi di tengah jalan utusan tersebut dihadang oleh Syurahbil b. Amr al-Ghassānī, dan dibawa ke depan Kaisar Romawi kemudian Ia memenggalnya. Padahal pada saat itu, memenggal leher utusan adalah perbuatan pelecchan dan ini tindakan yang amat keji. Al-Mubarakfūrī, *Sīrah Nabawiyah*, 453; Ibn Ḥazm, *Jawāmi' al-Sīrah*, 174.

<sup>10</sup> Al-Mubarakfūrī, *Sīrah Nabawiyah*, 459; Muṣṭafā al-Sibā'ī, *al-Sīrah al-Nabawiyah, Durūs wa 'Ibr* (Beirut dan Damaskus: al-Maktab al-Islāmī, 1986), 97.

produk. Karena setelah peperangan Mu'tah, banyak kabilah Arab yang berbondong-bondong menerima Islam, di antaranya adalah Bani Sulaym, Ashjā', Ghatafān, Fazārah dan yang lainnya. Wibawa kaum Muslimin naik satu *grade* setelah berhadapan dengan pasukan Romawi yang tangguh. Untuk memperjelas lagi tentang daur hidup produk, lihat gambar di bawah ini:

### Strategi Daur Hidup Produk



Sumber: Kotler (1993)

Strategi lainnya adalah, ketika Rasulullah saw. dan Abu Bakar dalam perjalanan ke Madinah, dan dalam masa kejaran orang-orang Quraisy yang ingin membunuh Rasulullah saw.. Ada seseorang yang bertanya kepada Abu Bakar, karena Abu Bakar selalu berjalan di belakang Rasulullah saw. dan Abu Bakar adalah seseorang yang lebih tua dari Rasulullah saw.. Laki-laki itu berkata, "siapa orang yang ada di depanmu wahai Abu Bakar?" Maka Abu Bakar menjawab, "Ia adalah seseorang yang menunjukkan jalan kepadaku." Sang penanya menangkap jawaban yang diucapkan Abu Bakar, bahwa Rasulullah saw. adalah seorang penunjuk perjalanan ke Madinah, sedangkan maksud Abu Bakar adalah jalan kebaikan, yaitu Islam.

## C. Menganalisa Peluang-Peluang Pemasaran

### 1. Mengelola informasi dan mengukur permintaan pasar

Ada beberapa tindakan yang dilakukan oleh Rasulullah saw. ketika menganalisa peluang-peluang pemasaran. Rasulullah saw. selalu mengelola informasi dan mengukur permintaan pasar. Hal ini terbukti ketika Rasulullah saw. ingin mengetahui berapa jumlah pasukan musuh pada peperangan Badar, maka Ia bertanya, "Berapa ekor binatang yang mereka sembelih setiap harinya?" Kemudian sang informan menjawab, "Sehari sembilan atau sepuluh ekor onta." Kemudian Rasulullah saw. menggaris bawahi keterangan tersebut bahwa jumlah pasukan musuh antara 900 hingga 1000 orang. Rasulullah saw. bertanya lagi tentang siapa saja pemuka Quraisy yang berada di barisan terdepan pasukan musuh. Pertanyaan tersebut diungkapkan oleh Rasul untuk lebih memastikan seberapa besar kekuatan yang mereka miliki.<sup>11</sup>

Sangat penting juga untuk melakukan pengukuran pasar, agar tidak salah dalam mengambil suatu keputusan. Membuat keputusan yang salah dalam berbisnis akan mematikan potensi yang sudah ada, dan berakibat pada hilangnya *profit*. Bahkan lebih ekstrim lagi, bisa membuat sebuah perusahaan kolaps, gulung tikar dan hanya menyisakan tagihan-tagihan dari para investor. Seusai perang Uhud, dalam kondisi banyak korban luka dari pasukan Muslimin. Rasulullah saw. mengutus Ali b. Abi Thalib untuk mengetahui keadaan musuh seraya bersabda, "Pergilah dan buntutilah mereka, lihatlah apa yang mereka lakukan dan apa yang mereka kehendaki. Jika mereka mengikat kuda dan menaiki ontanya, berarti mereka menuju ke Mekkah, namun jika mereka menaiki kuda dan mengikat ontanya, berarti mereka akan menuju Madinah dan menyerang Madinah. Demi diriku yang ada di tangannya, jika mereka menghendaki yang demikian itu, maka aku benar-benar akan menghadapi mereka di sana (Madinah) dan menggempur mereka." Kemudian Ali

---

<sup>11</sup> Al-Mubarakfūrī, *Sīrah Nabawiyah*, 235; al-Sibā'ī, *al-Sīrah al-Nabawiyah*, 79; Ibn Ḥazm, *Jawāmi' al-Sīrah*, 78; Maxime Rodinson, *Muhammad* (England: Penguin Books, 1971), 174.

melihat mereka mengikat kuda dan menaiki ontanya, dan mereka benar-benar kembali ke Mekkah.<sup>12</sup>

## **2. Menganalisa industri, pesaing dan pengidentifikasian segmen pasar**

Dalam menganalisa industri, pesaing, dan juga mengidentifikasi segmen pasar, di awal hijrahnya ke Madinah, Rasulullah saw. menugaskan Abdullāh b. Jahsy untuk memata-matai rombongan dagang kafilah Quraisy. Ketika Abdullāh sedang berjalan ke Nakhlah, Ia memergoki kafilah dagang Quraisy membawa kismis, kulit dan berbagai macam barang dagangan. Pernah suatu kali kafilah dagang orang Quraisy membawa harta benda penduduk Mekkah yang jumlahnya sangat melimpah, yaitu 1.000 ekor onta, dan harta benda yang nilainya 5.000 dinar emas. Sementara yang mengawalinya adalah 40 orang.<sup>13</sup> Langkah Rasulullah saw. dengan memata-matai kafilah dagang kaum Quraisy, terbukti ampuh untuk memberikan tekanan kepada kaum Quraisy. Tindakan penekanan terhadap kaum Quraisy ini bukan tanpa alasan, mereka banyak bersikap semena-mena dan tidak berperikemanusiaan terhadap kaum Muslim di Mekkah. Efek dari adanya mata-mata yang dikirimkan Rasul menjadikan mereka merasakan ketakutan, apalagi setelah mereka tahu bahwa Rasulullah berkoalisi dengan penduduk Madinah. Mereka menyadari bahwa posisi Madinah sangat strategis dalam sektor perdagangan, karena menjadi jalur kafilah yang melewati pesisir laut Merah menuju ke Syam. Omset perdagangan penduduk Makkah ke Syam ini bisa mencapai empat juta dinar emas setiap tahunnya. Kelancaran perdagangan ini sepenuhnya bergantung kepada faktor keamanan perjalanan kafilah. Dan siapapun orang Quraisy tentu menyadari bahaya besar yang mengancam jika Rasulullah dan kaum Muslimin bermarkaz di Madinah, dan

---

<sup>12</sup> Al-Sibā'ī, *al-Sīrah al-Nabawiyah*, 82; Ibn Ḥazm, *Jawāmi' al-Sīrah*, 123; Al-Mubarakfūrī, *Sīrah Nabawiyah*, 312.

<sup>13</sup> Untuk mengetahui lebih jelas tentang perdagangan pada saat itu, lihat Patricia Crone, *Meccan Trade and The Rise of Islam* (New Jersey: Princeton University Press, 1987), 87-168; Al-Mubarakfūrī, *Sīrah Nabawiyah*, 221 dan 227.

penduduk Madinah bergabung dengan kaum Muslimin untuk menghadapi pihak lain.<sup>14</sup>

### **3. Menganalisa peluang-peluang pemasaran**

Dalam menganalisa peluang-peluang pemasaran, jika seorang pengusaha menghadapi permasalahan yang sangat genting dalam pemasaran, diperlukan suatu ketenangan yang akan menghasilkan keputusan yang benar. Seperti yang dilakukan Rasulullah saw. di saat musuh menyerang Madinah ketika perang Khandaq. Saat itu energi kaum Muslimin sedang berada di garda depan untuk mempertahankan parit-parit mereka, agar tidak ada satu pasukanpun dari pihak musuh yang bisa mengubur parit dengan tanah dan bisa memasuki Madinah. Beliau pun mendengar kabar bahwa Bani Quraidzah yang sedang berada di bawah perjanjian dengan kaum Muslimin ingin menusuk dari belakang. Rasulullah saw. pun sangat bimbang, karena pemukiman Bani Quraidzah dekat dengan benteng kaum Muslimin yang berisikan kaum perempuan dan anak-anak. Dalam keadaan bimbang tersebut Rasulullah saw. akhirnya menggelar kainnya, lalu tidur terlentang, diam sekian lama. Karena orang-orang Muslim mendapatkan ujian yang cukup berat, yaitu menghadapi serangan lawan dari depan dan juga belakang. Namun tak lama kemudian beliau bangkit dan merancang beberapa strategi untuk menghadapi situasi yang sangat rawan ini.<sup>15</sup>

## **D. Mengembangkan Strategi Pemasaran**

### **1. Diferensiasi dan posisi penawaran pasar**

Salah satu pengembangan strategi pemasaran adalah mendiferensiasikan dan memposisikan penawaran pasar. Diferensiasi adalah tindakan merancang satu set perbedaan yang berarti, untuk membedakan penawaran perusahaan dari penawaran

---

<sup>14</sup> Crone, *Meccan Trade*, 149; Al-Mubarakfūrī, *Sirah Nabawiyah*, 177.

<sup>15</sup> Martin Lings, *Muhammad: His Life Based on The Earliest Sources* (U.K: George Allen & Unwin Ltd, 1983), 229; al-Sibā'ī, *al-Sirah al-Nabawiyah*, 90; Al-Mubarakfūrī, *Sirah Nabawiyah*, 345-349.

pesaing. Beberapa peralatan untuk diferensiasi kompetitif mencakup diferensiasi produk, pelayanan, personil, saluran dan citra.<sup>16</sup>

Di antara maraknya berbagai macam diferensiasi, Rasulullah saw. sangat mendukung diferensiasi yang baik dan terpuji. Ketika akan menyerang Khaibar<sup>17</sup> Rasulullah saw. menunjuk dua orang penunjuk jalan yang ikut serta dalam rombongan pasukan. Mereka berdua menunjukkan jalan yang lebih pas untuk memasuki Khaibar dari arah utara, tepatnya dari jalur Syam. Dengan begitu pasukan Muslimin bisa menghadang kemungkinan penduduk Khaybar akan melarikan diri ke arah Syam atau ke Ghatafān. Kemudian salah satu dari penunjuk jalan itu berkata, "Wahai Rasulullah, ini adalah beberapa jalan yang semuanya bisa ditempuh untuk mencapai tujuan." Lalu beliau memintanya untuk menyebutkan beberapa nama jalan yang ada, dan penunjuk jalan itu menyebutkan beberapa nama jalan tersebut, yaitu: (1) jalan *ḥuzn* (kesedihan); (2) jalan *shāsh* (kacau); (3) jalan *ḥātib* (sial), dan; (4) jalan *marḥab* (selamat datang). Kemudian Rasulullah saw. memutuskan untuk melewati jalan *marḥab*.<sup>18</sup>

Lebih lanjut lagi, dalam kaitannya dengan diferensiasi citra, Rasulullah saw. menjaga citranya di depan beberapa tawanan perang Badar. Di antara tawanan perang Badar tersebut ada Suhail b. Amr, seorang orator ulung yang telah banyak berpidato untuk memusuhi Rasulullah saw.. Kemudian Umar b. Khatṭab berkata: "Wahai Rasulullah, cabutlah dua gigi seri Suhail b. Amr agar lidahnya terjulur keluar saat berbicara dan dia tidak bisa lancar berpidato di manapun dia berada untuk

---

<sup>16</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jilid.1, Terj. Hendra Teguh & Ronny A. Rusli, dari judul aslinya "Marketing Management" (Jakarta: PT Ikrar Mandiri Abadi, 1997), 251-256.

<sup>17</sup> Penyerangan yang dilakukan kaum Muslimin kepada penduduk Khaibar bukan tanpa alasan. Hal tersebut dilakukan karena Khaibar merupakan sumber pengkhianatan, konspirasi, pangkalan militer, sumber permusuhan dan peperangan. Khaibar mendorong Bani Quraidzah untuk melanggar perjanjian yang telah disepakati di Madinah, padahal kaum Muslimin saat itu sedang diserang oleh beberapa suku dalam perang Khandaq. Khaibar juga tengah mempersiapkan diri mereka untuk berperang dengan Rasulullah saw.. Mereka juga menjalin hubungan dengan Arab badui dan Ghatafan untuk memusuhi Rasulullah saw..

<sup>18</sup> Al-Mubarakfūrī, *Sirah Nabawiyah*, 428; Ibn Ḥazm, *Jawāmi' al-Sīrah*, 167; al-Sibā'ī, *al-Sīrah al-Nabawiyah*, 96; Lings, *Muhammad*, 263.

memusuhi engkau." Namun Rasulullah menolak usulan Umar, demi menjaga kehormatannya dan menjaga dirinya dari celaan Allah.<sup>19</sup>

## 2. Mengelola strategi siklus hidup

Ketika Rasulullah saw. berniat untuk umrah dan berangkat pada hari senin 1 Dzulqa'dah 6 H, bersama-sama dengan 1400 orang/1500 orang. Rombongan ini berangkat ke Makkah tanpa senjata perang, dan hanya membawa senjata musafir, yaitu pedang yang dimasukkan ke dalam sarungnya. Di antara istri beliau yang ikut adalah Ummu Salamah. Akan tetapi orang-orang Quraisy berusaha menghalang-halangi rombongan kaum Muslimin, dan Rasulullah saw. mengalihkan jalur perjalanan untuk menghindari bentrokan fisik.<sup>20</sup>

Akhirnya setelah melewati beberapa proses, kaum Quraisy mengutus Suhail b. Amr untuk mengadakan perundingan, yang isinya adalah:

- (1) Muhammad<sup>21</sup> dan rombongan harus pulang ke Madinah tahun ini;
- (2) gencatan senjata selama 10 tahun;
- (3) barang siapa yang ingin bergabung dengan Muhammad maka diperbolehkan, dan barang siapa yang ingin bergabung dengan kaum Quraisy juga diperkenankan;
- (4) siapapun yang melarikan diri dari Quraisy (tanpa seijin walinya) dan mendatangi Muhammad harus dikembalikan ke Quraisy, akan tetapi barang siapa yang melarikan diri dari Muhammad (tanpa seijin walinya) dan mendatangi Quraisy harus dibiarkan.<sup>22</sup>

---

<sup>19</sup> Al-Mubarakfūrī, *Sirah Nabawiyah*, 259.

<sup>20</sup> Rasulullah mengambil jalur yang sulit dan berat di antara celah-celah gunung, membawa sahabat kearah kanan, melewati al-Hamsyi menuju Tsaniyatul Murar sebelum turun ke Hudaibiyah. Beliau tidak melewati jalur utama menuju ke Makkah yang melewati Tan'im, atau beliau tidak mengambil jalan ke arah kiri. Lihat Al-Mubarakfūrī, *Sirah Nabawiyah*, 387.

<sup>21</sup> Di dalam perjanjian ini, tidak dipakai sebutan Rasulullah karena pihak Quraisy tidak mengakui Muhammad sebagai Rasulullah. Jadi di dalam perjanjian hanya ditulis kata Muhammad saja.

<sup>22</sup> Ada ketidakadilan di poin keempat perjanjian ini, akan tetapi Rasulullah menyepakatinya walaupun banyak di antara para sahabat yang tidak menyukai. Mereka adalah Umar, Ali dan beberapa sahabat yang lainnya karena merugikan umat Islam. Akan tetapi Abu Bakar tetap mantap dengan perjanjian tersebut. Lihat Lings, *Muhammad*, 256; Al-Mubarakfūrī, *Sirah Nabawiyah*, 393.

Setelah itu Rasulullah memanggil Ali b. Abi Thalib untuk menuliskan isi perjanjian ini, dan beliau sendiri yang mendikte Ali.

Komitmen Rasulullah saw. terhadap janji tersebut langsung dibuktikannya ketika tiba-tiba muncul Abu Jandal b. Ṣuhaḃl (anak Ṣuhaḃl b. Amr utusan Quraisy), yang berjalan tertatih-tatih dengan kedua kaki dengan keadaan terbelenggu. Abu Jandal yang telah masuk Islam, meloloskan diri dari siksaan kaum Quraisy di Mekkah hingga tiba di tempat rombongan kaum Muslimin. Kemudian Ṣuhaḃl yang juga sebagai ayah dari Abu Jandal langsung menuntut Rasulullah saw. untuk mengembalikan anaknya. Rasulullah saw. yang komitmen dengan isi perjanjian tersebut, langsung mengembalikan Abu Jandal kepada ayahnya (Ṣuhaḃl) dengan menjaminkan dirinya. Setelah Suhail mendapatkan Abu Jandal di tangannya, Ia langsung memukulnya, mencekeram kerah bajunya lalu menyeretnya untuk dikembalikan kepada Quraisy. Abu Jandal pun beteriak dengan suara yang keras, "Wahai semua orang Muslim, apakah aku akan dikembalikan kepada orang-orang musyrik yang akan mengujiku karena agamaku ini?" Kemudian Rasulullah saw. bersabda, "Wahai Abu Jandal, bersabarlah, bertahanlah, karena Allah akan memberikan jalan keluar kepadamu dan orang-orang yang lemah yang kini bersamamu. Kami sudah mengukuhkan perjanjian antara kami dan mereka. Kami telah membuat persetujuan dengan mereka atas demikian ini, dan mereka pun sudah memberikan sumpah atas nama Allah kepada kami. Maka kami tidak akan melanggarnya."<sup>23</sup>

Rasulullah saw. memilih untuk melakukan perjanjian Hudaibiyah dengan kaum Quraisy dalam rangka untuk mengembangkan produk, mengelola strategi siklus hidup, merancang strategi pemasaran untuk pemimpin pasar, penantang, pengikut, dan penceruk.<sup>24</sup> Buktinya adalah, perjanjian Hudaibiyah memperkuat barisan kaum Muslimin, dan banyak dari kaum Quraisy yang tiba-tiba saja menjadi muallaf. Walaupun pada awalnya strategi ini terlihat tidak adil karena lebih menguntungkan kaum Quraisy.

---

<sup>23</sup> Lings, *Muhammad*, 257; Al-Mubarakfūr̃, *Sirah Nabawiyah*, 393-394.

<sup>24</sup> Kotler, *Manajemen*, Jilid.1, vii.

## E. Merencanakan Program Pemasaran

Merencanakan program pemasaran mencakup pengelolaan lini baru, merek, dan pengepakan, merancang strategi dan proses harga, memilih dan mengelola saluran pemasaran, merancang dan mengelola komunikasi pemasaran terpadu, mengelola periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan mengelola armada penjualan.

### 1. Profesionalitas pengusaha dalam mengelola manajemen pemasaran

Rasulullah saw. sangat menjunjung tinggi profesionalitas pengusaha dalam merencanakan program pemasaran. Karena rencana yang matang dan didukung dengan keahlian yang baik akan menjadikan sebuah program bisa berjalan dengan baik pula. Rasulullah saw. sangat senang memberikan julukan (*laqab*) kepada sahabat-sahabatnya sesuai dengan kecenderungan dan keahlian mereka, misalnya *al-siddīq* (yang mempercayai) untuk Abu Bakar, *al-fārūq* (pembeda kebenaran dan kebatilan) untuk Umar b. al-Khattāb, *asadullah* (singa Allah) untuk Ḥamzah b. Abū Ṭālib, *amīn ḥādhihi al-ummah* (orang yang bisa diamanati -karena kejujurannya-) untuk Abū Ubaydah, *sayf al-maslūl* (pedang yang terhunus) untuk Khālid b. Waḥid, dan *ḥubb Rasūlillāh* (cinta Rasulullah) untuk Zayd b. Ḥārithah.

Bukti lain yang menegaskan bahwa Rasulullah saw. sangat menjunjung tinggi profesionalitas adalah beberapa pembagian kerja kepada para sahabatnya sesuai dengan keahlian masing-masing. Beberapa sahabat yang diberikan tanggung jawab adalah:

- (1) Alī b. Abī Ṭālib, Uthmān b. Affān, Ubay b. Ka'ab dan Za'yd b. Tsābit beliau tugaskan untuk mencatat wahyu;
- (2) Zubā'ir b. Awwām dan Juhaym b. al-Ṣult bertugas untuk mencatat harta-harta sedekah;
- (3) Ḥudhayfah b. Yamān bertugas untuk mencatat jumlah pohon kurma sebagai salah satu makanan pokok saat itu;

- (4) Mughīrah b. Sha'bah dan Ḥasān b. Namir bertugas mencatat keseimbangan dan interaksi antara manusia, yaitu seberapa besar nilai kepercayaan dan kejujuran dalam masyarakat;
- (5) Abdullāh b. 'Arqām dan 'Alā' b. 'Aqabah bertugas mencatat jumlah suku yang ada pengairannya;
- (6) Zayd b. Tsābit dan 'Abdullah b. 'Arqām bertugas menulis surat untuk raja dan para pemimpin;
- (7) Mu'aykab b. Abū Fāṭimah bertugas mencatat pajak yang masuk ke dalam kas Negara dan menulis harta *ghanīmah* milik Rasulullah, dan;
- (8) Handhalah b. al-Rabī' bertugas membawa stempel Rasulullah.<sup>25</sup>

## **2. Aspek keadilan dalam rancangan harga dan promosi penjualan**

Di dalam merancang strategi dan proses harga, mengelola periklanan dan promosi penjualan, Rasulullah saw. mengutamakan aspek-aspek keadilan. Hal ini terbukti ketika beberapa saat setelah Rasulullah saw. memasuki Madinah, Abu Bakar terkena demam dan Bilal sedang merintih kesakitan. Lalu Aisyah menemui Rasulullah dan mengabarkan apa yang terjadi, sehingga Rasulullah pun berdoa, "Ya Allah, buatlah kami mencintai Madinah ini seperti cinta kami kepada Mekkah atau bahkan lebih banyak lagi. Sebarkanlah kesehatan di Madinah, berkahilah ukuran dan timbangannya dan singkirkanlah sakit demamnya."<sup>26</sup>

Dalam keadilan pada rancangan harga, iklan dan promosi akan membawa keberkahan bagi pelaku usaha dan konsumen. Segala aktifitas yang meliputi produksi, distribusi dan konsumsi seharusnya untuk kebaikan dan keadilan, khususnya segala hal yang berkaitan dengan produksi dan distribusi yang memang dewasa ini sedang minus dari aspek tersebut. Segala perilaku yang baik akan selalu terhitung sebagai suatu sedekah. Apabila setiap produksi, distribusi dan konsumsi dilaksanakan dengan azas kebaikan, maka segala aktifitas tersebut pun mencakup beberapa pahala sedekah. Rasulullah saw. pernah suatu kali menjawab pertanyaan,

---

<sup>25</sup> Abdul Jawād, *Manajemen Rasulullah*, 53.

<sup>26</sup> Bukhārī, *Ṣaḥīḥ Bukhārī*, 1/588.

dari utusan kaum Balli ketika sedang bertamu ke Madinah setelah penaklukan Mekkah. Utusan kaum Balli tersebut bertanya kepada Rasulullah, "Apakah bertamu itu ada pahalanya?". Kemudian Rasulullah menjawab, "Benar, dan setiap kebajikan yang engkau kerjakan terhadap orang yang miskin maupun yang kaya merupakan sedekah."<sup>27</sup>

#### **F. Mengelola Upaya Pemasaran**

Mengorganisasi, mengimplementasi, mengevaluasi, dan mengendalikan pemasaran merupakan bentuk dari pengelolaan usaha pemasaran. Karena siapapun yang bisa mengendalikan pasar akan mendapatkan apa yang menjadi tujuan utamanya dalam berbisnis, yaitu *profit* dan *benefit*. Seyogyanya dalam pengendalian pasar, selain memperhitungkan beberapa aspek rasionalitas dan emosionalitas, pengusaha juga harus mengedepankan satu hal lagi yaitu spiritualitas. Dan ketika pasar dikendalikan oleh ketiga hal tersebut, maka seorang pengusaha akan menikmati keuntungan yang berlipat ganda. Dalam istilah ekonomi Islam biasa disebut dengan *falāh*: dua keuntungan dalam satu usaha, yaitu keuntungan dunia dan akhirat.

Simak saja cerita tentang Abdurrahman b. 'Auf yang bisa menjadi seseorang yang sangat kaya raya hanya dalam jangka waktu sembilan tahun, padahal Ia memulai usahanya dari nol. Kesuksesan Abdurrahman tersebut bukan tanpa usaha, Ia bisa sukses karena bisa menguasai pasar. Sebelumnya, tatkala kaum muhajirin tiba di Madinah, Abdurrahman adalah salah satu orang yang turut serta berhijrah tanpa membawa sepeser-pun hartanya yang berada di Mekah. Maka Rasulullah saw. segera mempersaudarakan Abdurrahman b. Auf dengan Sa'ad b. ar-Rabi' yang memang penduduk asli Madinah dan biasa dikenal dengan kaum Anshār. Sa'ad berkata kepada Abdurrahman, "Sesungguhnya aku adalah orang yang paling banyak hartanya di kalangan orang Anshar, ambilah separoh hartaku itu menjadi dua. Aku juga mempunyai dua istri, maka lihatlah mana yang engkau pilih agar aku bisa menceraikannya. Jika masa iddahnya telah selesai, maka kawinilah ia!"

---

<sup>27</sup> Al-Mubarakfūrī, *Sirah Nabawiyah*, 531.

Kemudian Abdurrahman berkata kepada Sa'ad, menanggapi penawaran Sa'ad, "Semoga Allah memberkahi bagimu dalam keluarga dan hartamu, lebih baik tunjukkan saja mana pasar kalian?" Maka kemudian, orang-orang menunjukkan kepada Abdurrahman pasar Bani Qainuqa'. Setelah itu, Abdurrahman segera melihat beberapa peluang pekerjaan yang ada di dalam pasar, sehingga setelah beberapa saat Ia sudah mendapatkan samin dan keju. Pada hari selanjutnya, jika pagi hari Abdurrahman sudah pergi untuk berdagang di pasar tersebut.

Beberapa waktu setelah itu, Abdurrahman terlihat agak pucat dan Rasulullah menanyakan keadaannya. Ia pun menjawab bahwa Ia sudah menikah. Kemudian Rasulullah saw. bertanya kembali, "berapa mas kawin yang engkau serahkan kepada istrimu?" Dan Ia menjawab, "beberapa keping emas."<sup>28</sup>

Dialog yang terjadi antara Abdurrahman b. Auf dan Sa'ad b. ar-Rabī di atas terjadi pada tahun pertama hijriah. Yaitu ketika Abdurrahman tidak mempunyai satu harta pun, kemudian Ia bisa membaca pangsa pasar pada waktu itu, sehingga beberapa saat kemudian Ia sudah bisa memberikan mahar beberapa keping emas untuk istrinya yang didapatkannya dari hasil kerja kerasnya. Hanya dalam jangka waktu sembilah tahun, Abdurrahman menjadi seorang saudagar yang kaya raya dengan kekayaan yang berlimpah. Hal ini terbukti ketika Rasulullah saw. melakukan persiapan perang Tabuk melawan Romawi pada tahun sembilan hijriah, Abdurrahman b. Auf pun menginfakkan hartanya untuk keperluan perang sebanyak dua ratus uqiyah<sup>29</sup> perak, dan ini bukanlah jumlah yang sedikit.

---

<sup>28</sup> Imāduddīn Khalīl, *Dirāsah fī al-Sīrah* (Beirut: Dār al-Nafā'is & Muassasah al-Risālah, 1991), 152; Al-Mubarakfūrī, *Sīrah Nabawiyah*, 207.

<sup>29</sup> Uqiyah (ons), A.W. Munawwir, *Kamus al-Munawwir Arab-Indonesia Lengkap* (Surabaya: Pustaka Progressif, 1997).

