

BAB IV

ANALISIS STRATEGI BISNIS YANG TERKANDUNG DALAM SURAT AL-QURAISSY

Sumber hukum Islam yang utama ialah Alquran dan al-Sunnah. Alquran sebagai sumber yang esensial, di dalamnya hanya mengatur mengenai kaidah-kaidah hukum secara umum yang terpelihara tidak ada yang menambahi dan yang mengurangi. Sedangkan ketentuan hukum dalam al-Sunnah sifatnya lebih terperinci daripada Alquran. Walaupun demikian, tidak secara mendetail yang langsung dapat dioperasionalkan.

Pada hakikatnya, secara garis besar Alquran membahas 2 hal pokok, yaitu ibadah dan muamalah. Dalam hal ibadah yaitu menjelaskan hubungan manusia dengan Allah, sedangkan dalam hal muamalah menjelaskan hubungan manusia dengan manusia dalam kehidupan. Muamalah di sini menyangkut banyak hal dan banyak aspek yang berhubungan dengan aktivitas yang dilakukan manusia dengan manusia lainnya. Salah satu aktivitas manusia (muamalah) adalah aktivitas ekonomi. Ekonomi merupakan salah satu faktor kehidupan yang harus dipenuhi untuk mencapai suatu kehidupan yang sejahtera.

Dewasa ini, *entrepreneurship* memiliki peranan yang sangat penting bagi perekonomian sebuah negara. Bisnis akan mendorong denyut nadi perekonomian sebuah negara dan pada dasarnya, setiap usaha harus direncanakan dengan baik dan dengan strategi yang baik pula untuk mencapai suatu kesuksesan. Sebagai langkah awal bagi seorang *entrepreneur* memilih strategi yang baik untuk bisnis

yang akan dijalankan, sebagai konsep awal yang nantinya diimplementasikan dalam pengelolaan bisnis tersebut. Alquran memberikan tuntunan dalam menjalankan bisnis hendaknya menggunakan *jihad fi sabilillah* dengan harta dan jiwa atau dalam bahasa manajemen menggunakan strategi di jalan Allah dengan mengoptimalkan sumber daya.

Allah telah menganugerahi keutamaan kepada suku Quraisy dengan menyebutkan *success story* mereka dalam hal niaga dalam Alquran. Hal ini menunjukkan bahwa banyak pelajaran berharga yang dapat digali dari *success story* mereka dalam berbisnis, termasuk strategi bisnis yang dipergunakan orang-orang Quraisy dalam menjalankan bisnisnya.

Dalam surat Al-Quraisy terkandung strategi bisnis dalam setiap kalimat maupun ayatnya. Dalam kalimat ataupun ayat dalam surat Al-Quraisy tersebut tersirat suatu strategi bisnis yang hendaknya dilakukan oleh seorang *entrepreneur* sebagai langkah untuk menjadi seorang *entrepreneur* yang sukses dalam menjalankan bisnisnya. Berikut strategi bisnis yang termuat dalam penafsiran kalimat ataupun ayat dalam surat Al-Quraisy:

1. Tafsir kalimat *li i>la*: (لِيَأْفَ)

Lafaz } *i>la* (لِيَأْفَ) yang merupakan bentuk mashdar dari lafaz } *allafa*. Menurut al-Zuhaili dalam kitabnya *Tafsi>r al-Muni>r, allc* (الف) berarti *lazimahu> wa 'akifa 'alail* (لزمه وعكف) yang dalam Bahasa Indonesia dapat diterjemahkan dengan menetapi serta menekuni sesuatu. Sedangkan menurut M. Quraish Shihab kata *i>la<*: (ايلاف) terambil dari kata *a>lafa* dengan huruf hamzah (a) berganda. Asalnya adalah *alifa* yang dengan satu

huruf hamzah (a). Kata ini antara lain berarti terbiasa, jinak dan harmonis. Sedangkan menurut Sayyid Thanthawi dalam kitabnya *Tafsir al-Wasith*, *allafa* berarti *lazimahu wa ta'awwada* (لزمه وتعود عليه) yang dalam Bahasa Indonesia dapat diartikan dengan menetapi serta membiasakan sesuatu.

Dari penafsiran di atas, diperoleh gambaran tentang kegigihan serta ketekunan suku Quraisy dalam menjalankan sebuah bisnis. Kedua hal itulah yang ternyata menjadi kunci dari kesuksesan bisnis yang mereka jalani. Keberhasilan bisnis suku Quraisy ternyata tidak didapatkan dengan cara instant, melainkan memerlukan sebuah proses panjang yang penuh tantangan. Membiasakan dagang yang dihasilkan dengan latihan, didikan, tradisi secara turun-temurun yang menghasilkan pengalaman, sebab pengalaman itu adalah sebaik-baiknya guru (*experience is the best teacher*). Syarat pertama ini diambil dari kalimat *li'ila* yang artinya karena kebiasaan.

Selain itu, penafsiran Thanthawi di atas menjelaskan bahwa jiwa *entrepreneurship* tidak muncul begitu saja. Akan tetapi jiwa *entrepreneurship* adalah sebuah proses pembelajaran serta pembiasaan.

Rasulullah yang merupakan *uswah hasanah* (tauladan yang baik) sebenarnya sudah mengajarkan hal di atas. Keahlian manajerial Rasulullah dalam mengelola segala lini kehidupan termasuk dalam bisnis ternyata Rasulullah dapatkan semenjak kecil. Keahlian manajerial dan kepemimpinan Rasulullah salah satunya diperoleh dari menggembala kambing ketika masih kecil. Di mana para penggembala harus mampu mengarahkan ternaknya ke padang gembalaan serta mengendalikannya agar tidak tersesat. Penggembala

juga harus melindungi ternak mereka dari gangguan seperti hewan pemangsa dan pencuri.

Adapun keahlian Rasulullah dalam bidang bisnis Rasulullah peroleh semenjak Rasulullah ikut pamannya berdagang ke Syiria pada usia 12 tahun. Setelah magang pada pamannya tersebut, Rasulullah kemudian memulai bisnis sendiri pada usia 17 tahun. Bisnis tersebut terus dijalankan sampai menjelang menerima wahyu (sekitar di usia 37 tahun). Dengan demikian, Rasulullah menggeluti dunia bisnis selama \pm 25 tahun. Masa tersebut jauh lebih lama sedikit dibandingkan masa kerasulan Rasulullah yang berlangsung selama \pm 23 tahun.

2. Tafsir kalimat *al-quraish*

Menurut al-Qurthubi dalam kitabnya *al-Jami' li Ahkam Alquran*, lafaz } *quraish* memiliki beberapa pengertian, yaitu:

- a. *Al-taqarrush* (التقرش) yang berarti *al-tajammu'* (التجمع) yang berarti bersatu atau terhimpun.

Hal berharga yang dapat diambil dari sini adalah pentingnya sebuah persatuan bagi para *entrepreneur*. Persatuan *entrepreneur* bisa dalam bentuk assosiasi, perhimpunan, koperasi, pusat inkubator bisnis dan lain sebagainya. Sebelum masuknya agama Islam, beberapa model kerja sama (*shirkah*) dalam berdagangan telah lazim dilakukan masyarakat di Jazirah Arab. Model-model kerja sama ini dilakukan sebagai bentuk pengalaman yang luas bagi bangsa Arab, khususnya suku Quraisy dalam

berdagang ke berbagai negeri serta pengetahuan dagangnya yang cukup baik .

Persatuan merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam dunia bisnis terutama bagi para *entrepreneur* yang skala bisnisnya masih kecil. Dengan adanya persatuan tersebut mereka memiliki *bargaining* yang kuat serta tidak mudah dipermainkan oleh pebisnis besar.

- b. *Al-taqarrush* (التقرش) yang berarti *al-takassub* (التكسب) artinya berusaha atau bekerja

Penamaan ini dikarenakan selama ini suku Quraisy makan dari jerih payah tangan mereka sendiri dengan cara berdagang. Jerih payah mereka dalam bekerja dan berusaha dapat dilihat dari usaha mereka mengarungi padang pasir yang panas dan penuh risiko dalam rangka melakukan ekspansi dagang ke Yaman dan Syam (Syiria).

Makan dari usaha dan jerih payah tangan sendiri merupakan sesuatu yang sangat dianjurkan oleh Rasulullah. Dalam sebuah hadis dijelaskan:

قِيلَ: يَا رَسُولَ اللَّهِ، أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ؟ قَالَ: عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ¹.

Rasulullah ditanya mengenai pekerjaan yang paling baik. Rasulullah menjawab: pekerjaan yang paling baik adalah pekerjaan seorang lelaki yang dilakukan dengan menggunakan jerih payah tangannya sendiri serta setiap jual beli dengan cara yang baik.

Selain itu, seorang *entrepreneur* juga harus bekerja keras. Islam merupakan ajaran yang mendorong pemeluknya agar mempunyai etos

¹Al-Baihaqi, *Sunan al-Kubro> li al-Baihaqi>* (Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyah, 2003), 432.

kerja yang tinggi agar menjadi komunitas yang kuat dalam segala aspek kehidupan. Hal ini dapat dipahami dari sebuah hadits Rasulullah yang diriwayatkan Abu Hurairah:

قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: الْمُؤْمِنُ الْقَوِيُّ، خَيْرٌ وَأَحَبُّ إِلَيَّ مِنَ الْمُؤْمِنِ الضَّعِيفِ، وَفِي كُلِّ خَيْرٍ احْرِصْ عَلَى مَا يَنْفَعُكَ، وَاسْتَعِنْ بِاللَّهِ وَلَا تَعْجِزْ، وَإِنْ أَصَابَكَ شَيْءٌ، فَلَا تَقُلْ لَوْ أَنِّي فَعَلْتُ كَذَا وَكَذَا، وَلَكِنْ قُلْ قَدَرُ اللَّهِ وَمَا شَاءَ فَعَلَ، فَإِنْ لَوْ تَفْتَحُ عَمَلَ الشَّيْطَانِ².

Pada prinsipnya secara substansial hadis di atas mendorong orang yang beriman agar mempunyai etos kerja yang tinggi dalam segala aspek kehidupan. Semangat itu jika dikaitkan dengan masalah bisnis diharapkan agar komunitas Muslim menjadi kuat dalam urusan ekonomi sehingga mampu berkompetisi di tengah pergaulan hidup antar umat. Agar kompetitif, komunitas Muslim tidak boleh lemah dan mudah berputus asa dalam menghadapi segala cobaan dan tantangan. Caranya adalah dengan bersandar kepada pertolongan Allah. Dengan kata lain, agar umat Islam menjadi umat yang maju dan terbaik di bidang ekonomi atau di bidang yang lain harus mampu membaca peluang dan tantangan. Bekerja keras dan tidak mudah menyerah dalam situasi dan kondisi apapun.

Seorang *entrepreneur* harus sadar dari awal bahwa menuju sebuah kesuksesan memerlukan sebuah perjuangan keras serta ketekunan dalam menjalankan apa yang dicita-citakan. Dengan demikian kegagalan serta

²Muslim bin al-Hajjaj Abu al-Hasan, *al-Musnad al-S}ah}ih} al-Mukhtas}ar*, juz (Beirut: Dar Ihya' al-Turath al-Arabi, t.t.), 2052.

rintangan yang menimpa dirinya tidak dijadikan sebuah hambatan yang mampu menghancurkan impiannya. Akan tetapi, kegagalan dan rintangan tersebut dianggap sebagai sebuah proses serta tantangan yang harus ditaklukkan untuk mencapai kesuksesan dalam menggapai impian.

- c. *Al-qarsh* (القرش) yang berarti *al-tafti>sh* (التفتيش) artinya meneliti

Pendapat yang ketiga ini didasarkan kepada rutinitas suku Quraisy sebagai pengelola dan penguasa Kakbah yang selalu meneliti kebutuhan para peziarah Kakbah. Dalam dunia bisnis, kejelian dalam melihat kebutuhan *customer* merupakan sebuah hal yang vital. Sebuah produk yang dihasilkan tidak akan diterima oleh konsumen ketika produk tersebut tidak sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dalam dunia *marketing* disebutkan sebuah filosofis “customer is the real boss”. Dengan demikian, seorang *entrepreneur* harus selalu berorientasi kepada kepuasan konsumen.

Di era modern seperti saat ini, keinginan serta kebutuhan pasar sangat cepat berubah. Oleh karena itulah seorang *entrepreneur* tidak boleh lambat dalam melihat kebutuhan dan keinginan pasar, karena kalau tidak, *entrepreneur* tersebut dengan cepat akan dikalahkan oleh para pesaingnya yang dengan cepat melihat peluang tersebut. Dari sinilah sebuah penelitian terhadap keinginan pasar mutlak dibutuhkan.

- d. *Al-qirsh* (القرش) yang merupakan nama dari hewan laut yang sangat kuat bahkan dapat memecahkan perahu.

Penamaan ini didasarkan pada keagungan yang dimiliki oleh suku Quraisy. Bagi suku Quraisy, nama *quraish* tidak lain adalah sebuah *Brand Equity*. *Brand* tersebut diperkuat lagi oleh kedudukan yang suku Quraisy miliki di kalangan orang Arab. Di mana suku Quraisy adalah penguasa sekaligus pengelola Kakbah (Baitullah) yang merupakan pusat peribadatan suku-suku lainnya di Jazirah Arab. Menurut al-Zuhaili, orang Arab menjuluki suku Quraisy dengan istilah “Ahlu Bait Allah”. *Labelling* yang diterima suku Quraisy dari orang Arab tersebut dalam dunia *marketing* dikenal dengan istilah *Master Brand*. *Master Brand* diartikan sebagai *brand* yang demikian dominan di fikiran masyarakat sehingga dengan cepat masyarakat akan berfikir tentang brand tersebut ketika si pemilik *brand* disebutkan.³ *Master Brand* yang berupa “Ahlu Bait Allah” inilah yang kemudian menjadikan suku Quraisy menjadi suku yang sangat disegani di Jazirah Arab, sehingga suku Quraisy selalu aman dalam perjalanan ke luar negeri dalam rangka ekspansi dagang.

Sebagaimana suku Quraisy, *brand* bagi seorang *entrepreneur* merupakan sebuah hal yang sangat penting. *Brand* tidak lain adalah indikator *value* yang ditawarkan kepada seorang pelanggan. *Brand* juga menjadi aset yang mampu menciptakan *value* bagi pelanggan dengan memperkuat kepuasan dan loyalitas mereka. *Brand* merupakan salah satu faktor yang sangat menentukan keberhasilan sebuah bisnis. Levi's, Coca

³Carl McDaniel, *Pemasaran* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 17.

Cola dan Mercedes Benz merupakan beberapa contoh *brand* yang berhasil menjadikan produk mereka menguasai hampir seluruh pasar dunia.⁴

Konsep *branding* sendiri sebenarnya sudah diajarkan oleh Rasulullah sebelum diangkat menjadi seorang Rasul, Rasulullah dikenal dengan sebutan “al-Amin” yang kemudian menjadi semacam *Master Brand* bagi Rasulullah. *Master Brand* yang berupa *al-Amin* inilah yang menjadikan pengusaha besar bernama Khadijah mempercayainya untuk menjalankan harta dagangannya. *Brand* “al-Amin” tersebut juga menjadi *capital* yang sangat menunjang keberhasilan bisnis yang Rasulullah jalankan.

3. *Rih}lal* (رحلة) yang berarti *irtih}l* (ارتحال) artinya bepergian

Suku Quraisy yang tinggal di negara padang pasir sangat mengandalkan niaga sebagai mata pencaharian utamanya. Perniagaan yang dilakukan pun tidak hanya dalam lingkup domestik, namun juga lintas negara seperti ke Syiria dan Yaman.

Pelajaran berharga dari lafaz *rih}la* (رحلة) di sini adalah keberanian untuk melakukan ekspansi bisnis ke luar negeri. Dengan demikian, pasar dari produk yang dihasilkan tidak terbatas hanya domestik, namun sudah harus mendunia. Oleh karena itulah, dengan jiwa *entrepreneurship* yang tinggi, globalisasi serta perdagangan bebas tidak lagi menjadi sebuah hal yang menakutkan, namun menjadi peluang untuk melakukan ekspansi dalam rangka memperluas pasar.

⁴Kertajaya, *Seri 9 Elemen Marketing: On Brand* (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2004), 11.

Selain itu, berkaitan dengan *rihlah* ada satu penafsiran lain mengenai lafaz *i>laf* yang dikemukakan oleh al-Harawi. Menurut al-Harawi *i>laf* berarti hubungan diplomatik dalam rangka jaminan keamanan bagi suku Quraisy dalam perjalanan niaganya. Menurut al-Harawi, ada empat hubungan diplomatik dengan raja Syam yang digagas oleh Hasyim. Kedua, hubungan diplomatik dengan raja Habasyah (Etiopia) yang digagas oleh Abdu Syamsy. Ketiga, hubungan diplomatik dengan raja Yaman yang digagas oleh Muthalib. Keempat, hubungan diplomatik dengan raja Persia yang digagas oleh Naufal.

Dalam era globalisasi seperti sekarang ini, seorang *entrepreneur* harus mampu membangun sebuah jaringan (*network*) seluas-luasnya. Dari sinilah keahlian dalam hal diplomasi, negosiasi serta membangun hubungan baik dengan orang lain adalah hal yang wajib dimiliki seorang *entrepreneur*.

Keahlian dalam berekspansi serta membangun jaringan (*network*) yang sangat luas sebenarnya sudah dicontohkan oleh *the great entrepreneur* dari suku Quraisy Muhammad SAW. Wilayah dagang yang Rasulullah bangun selama 28 tahun menjadi *entrepreneur* meliputi Yaman, Syiria, Busra, Iraq, Yordania, Bahrain serta kota-kota perdagangan lainnya di seantero Jazirah Arab. Bahkan ketika menemui al-Ashajj ketua delegasi Bahrain, Rasulullah bertanya kepada al-Ashajj tentang berbagai hal termasuk tentang tokoh serta kota-kota perdagangan di Bahrain seperti Safa, Mushaqqar dan Hijaz. Al-Ashajj sangat terkejut melihat wawasan Rasulullah yang sangat luas tentang sentra-sentra bisnis yang ada di daerahnya. Al-Ashajj berkata “sungguh anda

lebih tahu tentang negeri saya dari pada saya sendiri. Anda juga lebih banyak mengenal kota-kota di negeri saya dari pada saya ketahui’.

4. Tafsir kalimat *al-shita>’i wa al-s}ai* (الشتاء والصيف) yang artinya musim dingin dan musim panas

Menurut Ibnu Kasir, pada musim dingin suku Quraisy melakukan perjalanan niaga ke Yaman, sedangkan pada musim panas ke Syam. Menurut al-Zuhaili dan al-Maraghi, tujuan orang Quraisy melakukan perjalanan niaga ke Yaman pada musim dingin karena Yaman adalah daerah yang panas. Sedangkan perjalanan ke Syam pada musim panas, karena Syam adalah daerah yang dingin.

Beberapa penafsiran di atas memberikan gambaran tentang keahlian suku Quraisy dalam melakukan segmentasi pasar (*market segmentation*). Di mana suku Quraisy mengidentifikasi wilayah menjadi tujuan pasar mereka berdasarkan iklim. Dalam dunia marketing hal ini dikenal dengan istilah “Segmentasi Geografis”.

Segmentasi adalah seni melakukan identifikasi dan menemukan peluang yang tumbuh di pasar dengan tepat. Secara tipikal, segmentasi merupakan proses memanfaatkan peluang dengan membagi-bagi pasar menjadi beberapa segmen. Pasar dipetakan berdasarkan karakteristik tertentu sehingga perusahaan mampu memahami lebih jelas pasar yang hendak dimasuki.

Dalam era globalisasi seperti ini, segmentasi terus berkembang dan lebih menyeluruh sehingga tidak berdasarkan geografis saja. Hal ini dikarenakan karakteristik seseorang yang tinggal dalam satu letak geografis yang sama bisa

jadi sangat berbeda, begitu pun sebaliknya. Oleh karena itulah, segmentasi yang digunakan oleh seorang *entrepreneur* haruslah semakin canggih. Dalam hal ini, segmentasi yang dilakukan oleh seorang *entrepreneur* juga harus memperhatikan demografis atau variabel psikografis dan behavior yang sekarang dianggap lebih efektif. Melalui segmentasi pasar yang canggih dan efektif tersebut, seorang *entrepreneur* mampu mengalokasikan sumber daya dengan sangat tepat, sehingga pada akhirnya nanti orientasi pada kepuasan konsumen akan mudah tercapai.

5. Tafsir ayat **فَلْيَعْبُدُوا رَبَّ هَذَا الْبَيْتِ**

Menurut al-Zamakhsyari dalam kitabnya al-Kasysyaf, ayat ketiga ini memiliki kaitan erat dengan ayat *li i>la>fi qura* (**لِإِيْلَافِ قُرَيْشٍ**). Dalam ayat ini, Allah memerintahkan suku Quraisy untuk menyembah-Nya sebagai rasa syukur atas nikmat-Nya, terlebih nikmat yang berupa keberhasilannya dalam berniaga.

Dalam ayat ini, Allah mengajarkan akan adanya keseimbangan (*balance*) antara menjalankan bisnis dan ibadah. Ibadah diperlukan untuk menjaga ketaatan dan keharmonisan hubungan manusia dengan Penciptanya. Bagi seorang *entrepreneur* Muslim, bisnis yang dijalankan tidak diperkenankan menyebabkan dirinya lalai akan ibadah. Sebaliknya, bisnis yang dijalankan seharusnya menjadi pendukung bagi kelancaran ibadah atau bahkan mampu memberikan kontribusi besar bagi dakwah.

Hal inilah yang dicontohkan oleh Khadijah seorang saudagar kaya di Makkah. Hasil dari bisnis yang dijalankannya hampir seluruhnya digunakan

untuk mendukung dakwah yang dijalankan oleh suaminya tercinta Nabi Muhammad SAW.

Seorang Muslim diperintahkan untuk selalu mengingat Allah, bahkan dalam suasana mereka sedang sibuk dalam aktivitas mereka. Ia hendaknya sadar penuh dan responsif terhadap prioritas-prioritas yang telah ditentukan oleh Sang Maha Pencipta. Kesadaran akan Allah ini hendaklah menjadi sebuah kekuatan pemicu (*driving force*) dalam segala tindakan. Misalnya saja, ia harus menghentikan aktivitas bisnisnya saat datang panggilan salat, demikian juga dengan kewajiban-kewajiban yang lain. Seorang Muslim diperintahkan untuk selalu memiliki kesadaran tentang Allah (ingat Allah) meskipun ia sedang sibuk mengurus kekayaan dan anak-anaknya.

6. Tafsir kalimat *al-bait* (الْبَيْت)

Penyebutan nama *al-bait* dalam ayat ini menggambarkan tentang *positioning* yang selama ini dilakukan suku Quraisy selaku penguasa dan penjaga Baitullah. Dengan *positioning* sebagai “Ahlu Bait Allah”, suku Quraisy menjadi suku yang terhormat dan sangat disegani di kalangan orang Arab.

Seperti yang dijelaskan pada bab sebelumnya, *positioning* adalah suatu pernyataan mengenai bagaimana identitas produk atau perusahaan tertanam di benak konsumen yang mempunyai kesesuaian dengan kompetensi yang dimiliki perusahaan untuk mendapatkan kepercayaan, kredibilitas dan pengakuan dari konsumen. Kafilah dagang harus meneliti posisi pesaing dan memutuskan posisinya yang terbaik. Penentuan posisi pedagang adalah

tindakan untuk merancang citra pedagang serta nilai yang ditawarkan sehingga pelanggan dalam suatu segmen memahami dan menghargai kedudukan pedagang dalam kaitannya dengan pesaing.

Positioning yang dilakukan oleh suku Quraisy tersebut, tidak lain berdasarkan anugerah yang diberikan oleh Allah yang berupa Baitullah. Suku Quraisy yang tinggal di wilayah tandus serta tidak memiliki sumber daya alam yang berlimpah, memposisikan diri mereka sebagai pedagang serta penyedia jasa. Mereka menyediakan jasa bagi suku-suku Arab lainnya yang datang ke Baitullah yang merupakan pusat peribadatan Jazirah Arab, seperti jasa *siqayah* (penyediaan air minum bagi peziarah Kakbah). Suku Quraisy mendapatkan keuntungan besar atas status mereka sebagai pemelihara Kakbah, terutama dalam perdagangan. Keuntungan dari adanya status suku Quraisy sebagai pemelihara Kakbah diketahui dari terjalinnya hubungan politik dan perdagangan dengan negara-negara tetangga di sekitar jazirah Arab. Status sebagai pemelihara Kakbah ini menyebabkan diperolehnya izin perjalanan dan keamanan berdagang (*aylaf*) dari penguasa negara-negara tetangga. Di antara negara-negara yang telah member izin dan jaminan keamanan berdagang pada waktu itu adalah Syiria, Irak, Yaman, Ethiopia. Diperolehnya *aylaf*, yaitu izin perjalanan dan keamanan berdagang, memungkinkan suku Quraisy mengirimkan kafilah dagang ke seluruh negara tetangga dengan aman dan menguntungkan. Pengalaman yang luas dalam perdagangan memberikan banyak pengetahuan dagang yang baik serta memberikan keuntungan.

Dalam konteks sekarang ini, *positioning* yang dilakukan oleh suku Quraisy tersebut hampir mirip dengan *positioning* yang dilakukan oleh Singapura. Meskipun Singapura memiliki keterbatasan sumber daya alam, Singapura memiliki pelabuhan tersibuk di dunia. Dengan pelabuhan tersibuk yang dimiliki tersebut, Singapura memposisikan negara mereka sebagai negara penyedia jasa. Dengan *positioning* yang tepat tersebut, Singapura berhasil membangun perekonomiannya.

Salah satu contoh negara lain yang berhasil dalam hal *positioning* adalah Thailand. Thailand memposisikan dirinya sebagai “kitchen of the world”. Positioning tersebut sangat sesuai dengan sumber daya alam yang melimpah yang merupakan kekuatan kompetitif dari Thailand. Dengan adanya *positioning* seperti itu, produk pertanian Thailand bisa menguasai pasar hasil pertanian hampir di seluruh dunia.

7. Tafsir ayat الذي اطعمهم من جوع وامنهم من

Menurut al-Zuhaili, ayat keempat ini memiliki kaitan dengan surat sebelumnya yaitu surat Al-Fi>l. Dalam ayat ini Allah menjelaskan dua nikmat besar yang telah dianugerahkan kepada suku Quraisy. Pertama, nikmat yang berupa keberhasilan mereka dalam berniaga, sehingga meski mereka tinggal di negara yang tandus namun kebutuhan makan mereka tercukupi. Nikmat pertama ini adalah intisari dari lafaz } *alladhi* } *at‘amahum min ju>’* Kedua, terhindarnya Makkah dari gempuran tentara gajah yang dikirim oleh raja Abrahah sebagaimana yang dijelaskan dalam surat Al-Fi>l. Dengan diselamatkannya Makkah dari gempuran tersebut, penduduk Makkah bisa

hidup dengan damai tanpa rasa takut. Nikmat kedua ini adalah intisari dari lafaz } *wa a>manahum min khauf* (وامنهم من خوف) yang artinya mengamankan mereka dari ketakutan.

Konsep utama yang dapat digali dari ayat keempat ini adalah tawakkal. Di mana pada ayat-ayat sebelumnya Allah berbicara tentang beberapa usaha atau ikhtiar yang telah dilakukan oleh suku Quraisy dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari mereka yang tinggal di daerah tandus. Pada ayat ini Allah menegaskan bahwa meski secara kasat mata terpenuhinya kebutuhan tersebut berkat usaha mereka sendiri, akan tetapi pada hakikatnya Allah-lah yang memberi mereka makan.

Tawakkal merupakan tingkatan orang yang dekat dengan Allah. Dalam Alquran disebutkan:

وَيَرْزُقُهُ مِنْ حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ وَمَنْ يَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ فَهُوَ حَسْبُهُ إِنَّ اللَّهَ بَالِغُ أَمْرِهِ قَدْ جَعَلَ اللَّهُ لِكُلِّ شَيْءٍ قَدْرًا.

Dan memberinya rizki dari arah yang tiada disangka-sangkanya. Dan barangsiapa yang bertawakkal kepada Allah niscaya Allah akan mencukupkan (keperluan)nya. Sesungguhnya Allah melaksanakan urusan yang (dikehendaki)Nya. Sesungguhnya Allah telah mengadakan ketentuan bagi tiap-tiap sesuatu.⁵

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ. إِنَّ يَنْصُرُكُمْ اللَّهُ فَلَا غَالِبَ لَكُمْ وَإِنْ يَخْذُلْكُمْ فَمَنْ ذَا الَّذِي يَنْصُرُكُمْ مِنْ بَعْدِهِ وَعَلَى اللَّهِ فَلْيَتَوَكَّلِ الْمُؤْمِنُونَ.

Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka

⁵Alquran, 65: 3.

menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya. Jika Allah menolong kamu, maka tak adalah orang yang dapat mengalahkan kamu; jika Allah membiarkan kamu (tidak memberi pertolongan), maka siapakah gerangan yang dapat menolong kamu (selain) dari Allah sesudah itu? Karena itu hendaklah kepada Allah saja orang-orang mukmin bertawakkal.⁶

Dalam konteks tawakkal ini, manusia hanya diberi wewenang oleh Allah untuk berikhtiar semampu mereka. Namun pada akhirnya, Allah-lah yang menentukan rizki mereka. Oleh karena itu, dalam rangka melakukan ikhtiar dalam sebuah bisnis misalnya, manusia tidak diperkenankan melakukan hal-hal yang dilarang oleh Allah. Urusan bisnisnya jangan sampai menyebabkan ia lalai terhadap ibadah pada Allah.

Di antara implikasi dari konsep tawakkal dalam bisnis yang dapat digali dari ayat ini adalah keberanian untuk mengambil risiko (*risk taking*). Konsep *risk taking* yang merupakan ciri utama dari seorang *entrepreneur* ini terkandung jelas dalam lafaz *wa a>manahum min khauf*. Dalam ayat ini, Allah dengan tegas menjelaskan bahwa hanya Dia-lah yang memberikan rasa aman. Risiko sebesar apapun tidak akan mampu membahayakan manusia kecuali atas kehendaknya.

Oleh karena itulah, seorang *entrepreneur* harus berani menghadapi risiko serta mampu mengelolanya berdasarkan kadar kemampuan serta pengetahuan yang dimiliki. Dalam ilmu manajemen hal semacam ini sering disebut dengan *calculated risk taking*. Selebihnya, dia harus menyerahkan risiko yang berada di luar jangkauan kemampuan serta pengetahuan mereka kepada *Super*

⁶*Ibid*, 3: 159.

Manager yang telah mengatur semuanya itu yaitu Allah SWT. Hal tersebut sesuai dengan pendapat al-Baihaqi yang mengatakan bahwa tawakkal adalah usaha seseorang mencapai sesuatu sesuai dengan pengetahuan yang dimilikinya, sedangkan dalam hatinya dia menyerahkan hasilnya kepada Allah.

Ada hal yang menarik yang perlu dicermati dari susunan ayat yang terdapat dalam surat Al-Quraisy. Dua ayat pertama, Allah menjelaskan tentang usaha suku Quraisy dalam mencapai kesuksesan di bidang bisnis. Sedangkan dua ayat terakhir Allah menegaskan tentang konsep hakikat yang merupakan landasan dari tawakkal. Hal tersebut menegaskan bahwa tawakkal harus dilakukan setelah manusia berusaha sekuat tenaga untuk mencapai hasil yang mereka tuju. Tawakkal yang tidak diiringi oleh usaha keras tidak lain adalah sikap konyol yang tidak sesuai dengan perintah berusaha yang telah diperintahkan oleh Allah dan telah dicontohkan oleh Rasulullah dalam kehidupan sehari-harinya. Oleh karena itulah, konsep tawakkal tidak pernah bertolak belakang dengan konsep etos kerja yang banyak diajarkan dalam ilmu manajemen modern.

Demikian strategi bisnis yang terkandung dalam surat Al-Quraisy. Setiap kalimat-kalimatnya menggambarkan strategi bisnis yang nantinya dapat diaplikasikan oleh seorang *entrepreneur* untuk mencapai sebuah kesuksesan dalam bisnisnya.