

Strategi Dakwah Nabi Muhammad *Shallallahu 'Alaihi Wasallam* Melalui Wirausaha

Husnul Khatimah¹, Khairanni Artamevia Bay², Rosniati³, Balqist
Marhamah⁴

Sekolah Tinggi Ilmu Bahasa Arab Ar Raayah^{1,2,3,4}

Email: husnul.khatimah@arraayah.ac.id¹

khairannibay@gmail.com²

abdullahmaryam422@gmail.com³

balqist02@gmail.com⁴

P-ISSN : 2355-3413

E-ISSN : 3047-5201

Abstrak. Melihat kondisi umat Islam di zaman sekarang cukup banyak dari mereka yang sudah mau untuk memulai berbisnis dan bahkan tidak sedikit dari para pengusaha yang sukses dan berhasil menjalankan bisnisnya, akan tetapi mereka belum bisa memahami hakikat dari berbisnis yang sedang mereka jalankan. Dari sinilah munculnya ide-ide pokok untuk membantu menyelesaikan permasalahan yang ada di tengah masyarakat saat ini, tujuannya yaitu untuk memperbaiki pola pikir dan sistem berwirausaha seseorang agar sesuai dengan apa yang dicontohkan Nabi *Shallallahu 'Alaihi Wasallam*, agar kiranya usaha tersebut bukan hanya diraih untuk keuntungan pribadi semata akan tetapi diniatkan juga untuk menyebarkan ajaran agama di jalan Allah *Subhanahu Wa Ta'ala*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi literatur dengan pendekatan kualitatif deskriptif yang berkaitan dengan strategi dakwah melalui wirausaha berupa buku dan jurnal yang bersumber langsung ke nash Al-Qur'an dan Sunnah. Hasil studi menunjukkan bahwa minimnya perhatian umat Islam terhadap wirausahanya baik hal itu dalam upaya pengembangan bisnis, mengelola keuangan, agar semua itu dapat bernilai dakwah bagi para pelanggan karena bisa berpotensi untuk kehilangan pasar mereka. Hal ini menunjukkan bahwa perlu adanya pelatihan dan motivasi bagi para *entrepreneur* dan semua itu perlu proses belajar serta adaptasi yang cukup supaya bisa terlaksana dengan baik.

Kata Kunci: Dakwah, Strategi, Wirausaha

<https://jurnal.stai-barru.ac.id/index.php/kalam-algazali/index>

PENDAHULUAN

Saat ini, umat Islam, khususnya di Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam, menghadapi kelemahan dalam hal penguasaan ekonomi. Padahal, kekuatan dan ketahanan suatu bangsa atau

komunitas dapat diukur dari kemampuannya dalam menguasai sektor ekonomi, mencapai kemandirian ekonomi, serta mengelola konsumsi dengan baik (Gusriani & Faulidi, 2017).

Sejak masa remaja, Nabi *Shallallahu 'Alaihi Wasallam* hidup dalam kecukupan berkat karier bisnis yang dimulai pada usia 12 tahun, saat beliau magang bersama pamannya dalam perjalanan dagang ke Syam. Rasulullah memiliki beberapa prinsip dalam berdagang, yaitu: pertama, mengelola investasi dari pengusaha kaya, janda, atau anak yatim yang tidak dapat menjalankan usahanya sendiri; kedua, memperoleh upah melalui kerja sama dagang (*fee based*); ketiga, menerapkan sistem bagi hasil (*profit sharing*); dan keempat, menjalankan bisnis dengan kejujuran serta memegang teguh janji, yang membuat penduduk Makkah menghormati beliau sebagai *Al-Amin*, orang yang dapat dipercaya (Fauzia, 2019).

Rasulullah *Shallallahu 'Alaihi Wasallam* tidak hanya dikenal sebagai pedagang, tetapi juga sebagai pendakwah. Seiring waktu, beliau menjadi seorang pengusaha sukses dan terkenal di kota Makkah. Keberhasilannya ini disebabkan oleh perbedaan yang mencolok dari pedagang pada umumnya, karena beliau selalu mengutamakan etika bisnis yang berlandaskan nilai-nilai syar'i (Misbahuddin, 2016).

Tidak hanya berbisnis, beliau juga memanfaatkan kesempatan ini untuk menyebarkannya dakwahnya. Dakwah selalu memerlukan strategi yang tepat dalam

proses penyampaiannya, yang dikenal dengan istilah strategi dakwah. Strategi dakwah dapat diartikan sebagai upaya merancang metode yang sesuai untuk menghadapi sasaran dakwah dalam berbagai situasi dan kondisi tertentu, dengan tujuan utama tercapainya misi dakwah itu sendiri (Aziz, 2017).

Dakwah dapat dilaksanakan kapan saja, di mana saja, dan mencakup berbagai aspek kehidupan manusia. Kegiatan dakwah tidak terbatas pada masjid, tetapi juga dapat dilakukan di rumah, pabrik, maupun pasar, karena dakwah merupakan bagian integral dari kehidupan manusia. Kesuksesan dakwah telah mencapai puncaknya dengan hasil yang luar biasa. Hal ini terlihat dari perubahan masyarakat Arab, yang dulunya dikenal sebagai masyarakat jahiliyyah, menjadi komunitas yang beradab berdasarkan ajaran dan nilai-nilai Islam (Nurasykim, 2019).

Islam mengajarkan umatnya untuk menjadi individu yang baik dan tangguh, baik dalam hal kekuatan iman, akhlak mulia, maupun nilai-nilai kehidupan sosial. Ketangguhan ini tercermin dalam kemampuan menjadi pribadi Muslim yang mandiri. Hal ini menjadi bukti sekaligus teladan bagi umat Islam, terutama generasi muda, untuk menjadi Muslim yang taat menjalankan perintah agama, peduli terhadap sesama, dan mandiri dalam menjalani kehidupan.

Sebagaimana sabda Nabi *Shallallahu 'Alaihi Wasallam*, Allah mencintai orang-orang yang berusaha dan berkarya,

عن عاصم بن عبد الله ، عن سالم ، عن أبيه . قال :
قال رسول الله صلى الله عليه وسلم : { إن الله يحب
المؤمن المحترف } وفي رواية ابن عبدان : { الشاب
المحترف }

Artinya:

Dari Ashim bin Ubaidillah, dari Salim, dari bapaknya, dia berkata, Rasulullah *Shallallahu 'Alaihi Wasallam* telah bersabda “*Sesungguhnya Allah mencintai seorang mukmin yang berkarya/ bekerja keras*”. Dan di dalam riwayat Ibnu Abdan, “*Pemuda yang berkarya/ bekerja keras*”.

Sebagai seorang Muslim, kita harus memiliki tekad yang bulat dan keberanian untuk mengambil langkah nyata demi meraih kesuksesan, daripada bersikap ragu-ragu atau tidak memiliki tekad sama sekali. Untuk mencapai keberhasilan, tidak cukup hanya mengandalkan pendidikan tinggi atau sekadar memiliki ijazah. Keahlian dan kemampuan seseoranglah yang menjadi salah satu faktor utama yang menentukan, terutama dalam dunia pekerjaan.

Dalam Islam, tidak ditemukan istilah yang secara langsung bermakna kewirausahaan, tetapi banyak kata yang mengandung arti bekerja, seperti *al-'amal*, *al-kasb*, *al-sa'y*, *al-nasr*, *al-hirfah*, dan lainnya. Kata-kata ini umumnya merujuk

pada aktivitas bekerja, mencari rezeki, atau melakukan perjalanan untuk bekerja. Dalam sejarah Islam, tercatat bahwa Rasulullah *Shallallahu 'Alaihi Wasallam*, istrinya, serta sebagian besar sahabatnya adalah para pelaku usaha. Oleh karena itu, tidak berlebihan jika dikatakan bahwa semangat kewirausahaan telah menjadi bagian yang melekat dalam jiwa umat Islam. (Jalil, 2014).

Nabi Muhammad *Shallallahu 'Alaihi Wasallam* adalah figur teladan (*uswatun hasanah*) bagi setiap umatnya. Hal ini dijelaskan di dalam Quran Surah Al-Ahzab ayat 21 (Kemenag RI, 2019):

﴿لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا
اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا﴾

Terjemahannya:

Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah.

Keteladanan yang diberikan oleh Nabi *Shallallahu 'Alaihi Wasallam* memiliki makna yang sangat luas. Beliau tidak hanya menjadi teladan dalam hal ibadah ritual agama, tetapi juga dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam kepemimpinan dan manajemen (Antariksa, 2017). Beliau merupakan contoh wirausahawan yang sukses, strategi yang diterapkannya dapat dicontoh oleh calon-calon wirausahawan

untuk mendapatkan kesuksesan dunia maupun di akhirat. Disebutkan dalam Quran Surah Al-Jumu'ah ayat 10 (Kemenag RI, 2019):

﴿فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ﴾

Terjemahannya:

Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.

Wirausaha sangat penting bagi generasi muda karena mereka adalah penerus yang akan menciptakan peluang kerja, baik untuk diri mereka sendiri maupun untuk orang lain. Seiring dengan perkembangan zaman, jumlah populasi manusia akan terus meningkat. Oleh karena itu, setiap orang perlu berpikir jangka panjang mengenai masalah lapangan pekerjaan ini, mengingat pekerjaan diperlukan untuk memperoleh penghasilan yang memungkinkan seseorang bertahan hidup, meningkatkan kualitas ekonomi individu atau keluarga, serta berkontribusi pada peningkatan pendapatan per kapita suatu negara (Hutagalung et al., 2019).

Entrepreneurship dapat dianggap sebagai bakat alami yang dimiliki seseorang dalam hal keterampilan bekerja, namun bakat ini juga dapat dibentuk. Dalam tulisan ini, penulis berusaha memberikan gambaran singkat mengenai proses dan strategi Nabi

dalam menyebarkan dakwah Islam melalui wirausaha, ruang lingkup kewirausahaan menurut pandangan Islam, pentingnya bekerja untuk menyeimbangkan kehidupan dunia dan akhirat, serta bekerja yang halal sesuai dengan hadis Nabi Muhammad *Shallallahu 'Alaihi Wasallam* (Wijayanti, 2018).

Beberapa penelitian terkait menunjukkan bahwa berwirausaha bukan hanya untuk meraih keuntungan duniawi, melainkan mewadahi pengembangan dakwah Islam, sekaligus menyadarkan umat bahwasanya dakwah dan wirausaha merupakan dua hal yang saling terkait dan tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan. (Khatimah & Rahayu, 2023). Penelitian lainnya menunjukkan bahwa berwirausaha merupakan salah satu wasilah dakwah yang bertujuan mulia dan sejalan dengan ketentuan syariat untuk meningkatkan kesejahteraan umat (Khatimah, Fadhillah, et al., 2024). Demikian pula dalam tataran praktik, usaha yang dijalankan sesuai dengan syariat Islam telah Rasulullah amalkan sebagai *qudwah* bagi umatnya, yang berarti bahwa berwirausaha sesuai dengan tuntunannya sama dengan menjalankan sunnahnya (Wahyuningsih et al., 2020). Sebagaimana konsep dakwah entrepreneur beliau *Shallallahu 'Alaihi Wasallam* dapat diterapkan oleh pengusaha muslim dan kunci kesuksesan usaha Nabiullah berkaitan erat

dengan akhlak beliau yang agung (Juhanis, 2013).

Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya karena lebih memusatkan perhatian pada strategi dakwah yang dipakai Rasulullah *Shalallahu 'Alaihi Wasallam* dalam aspek kewirausahaan. Adapun penelitian lain menjelaskan keterkaitan antara dakwah dan bisnis ataupun manajemen yang baik yang bisa menjadi sarana dakwah dan juga menjelaskan tentang strategi dakwahnya di Makkah secara umum. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami strategi dakwah Nabi Muhammad *Shalallahu 'Alaihi Wasallam* melalui wirausaha.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur dengan pendekatan kualitatif dan menguraikannya secara deskriptif, sistematis dan akurat untuk menemukan fakta berupa reduksi data, penyajian data dan pengambilan kesimpulan yang tahapannya dilaksanakan secara bersamaan (Miles et al., 2014). Menurut Sugiyono Menurut Sugiyono (2022) metode kualitatif berlandaskan filosofi post-positivisme dan digunakan untuk mempelajari kondisi alami suatu objek (berbeda dengan eksperimen). Hasil dari penelitian kualitatif lebih

menekankan pada pemahaman makna daripada generalisasi (Abdussamad, 2021).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk mengeksplorasi dan memahami makna dari masalah sosial atau kemanusiaan (Wignyo et al., 2017). Pendekatan ini dipilih karena dianggap sebagai salah satu cara yang paling efektif untuk menggali pengalaman serta pandangan individu dan kelompok mengenai topik atau fenomena tertentu (Basyah et al., 2020). Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif maksudnya, deskriptif lebih berfokus pada penyelesaian permasalahan dunia nyata yang ada pada saat penelitian dilakukan (Moleong, 2017; Miles et al., 2014). Penelitian ini menggambarkan dan menguraikan strategi atau langkah-langkah wirausaha yang di pilih Nabi *Shallallahu 'Alaihi Wasallam* dalam menyebarkan dakwahnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian Strategi

Kata "strategi" berasal dari bahasa Latin *strategia*, yang berarti seni dalam merencanakan langkah-langkah untuk mencapai tujuan (Fadhlina Harisnur & Suriana, 2022). Strategi juga dapat dipahami sebagai upaya terstruktur yang mengintegrasikan tujuan, sasaran, kebijakan, program, dan kegiatan untuk mencapai hasil

yang diinginkan (Ramli, 2022). Menurut W.J.S. Poerwadarminta, secara etimologis, strategi adalah ilmu atau taktik dalam peperangan; siasat perang; atau cara (termasuk tipu muslihat) yang digunakan untuk mencapai tujuan tertentu (Salman, 2015). Dari penjelasan tersebut, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa strategi merupakan pendekatan yang terencana dan terarah dalam mencapai keberhasilan pada bidang tertentu.

Pengertian Dakwah

Kata "dakwah" berasal dari bahasa Arab yang memiliki arti sebagai ajakan, seruan, panggilan, atau undangan (Munir & Ilahi, 2006). Secara umum, ilmu dakwah dapat dipahami sebagai ilmu yang mencakup metode dan pedoman untuk mengarahkan perhatian manusia pada suatu pemikiran atau pekerjaan tertentu, menyetujui sebuah ideologi, menerima ideologi tersebut, dan mengamalkannya.

Menurut Prof. Toha Yahya Omar, MA, dakwah secara terminologi adalah usaha untuk mengajak manusia dengan cara yang bijaksana menuju jalan yang benar sesuai dengan perintah Allah, demi keselamatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat. Dakwah adalah upaya menyampaikan ajaran Islam secara sadar dan sengaja, menggunakan metode tertentu agar orang lain dapat mengikuti tujuan

dakwah tanpa adanya paksaan, dan dapat mempengaruhi mereka untuk mengikuti ajaran tersebut (Adi, 2022).

Tujuan dakwah merupakan faktor yang berperan sebagai pedoman yang mengarahkan proses dakwah, yang dilaksanakan secara sistematis dan konsisten (Ritonga, 2020).

Pengertian Strategi Dakwah dan Wirausaha

Strategi dakwah adalah suatu seni atau rencana yang bertujuan untuk mengajak umat manusia menuju jalan kebenaran yang sesuai dengan syariat Islam. Menurut Amrullah Ahmad, tujuan dakwah adalah untuk mempengaruhi perasaan, pola pikir, sikap, dan tindakan manusia baik secara individu maupun sosial budaya, dengan tujuan agar ajaran Islam dapat diterapkan dalam setiap aspek kehidupan (Alamsyah, 2017):

Kearifan dalam berdakwah adalah salah satu cara untuk mendekati umat agar mereka dapat memahami ajaran agama dengan baik dan benar, dengan memperhatikan perlindungan serta penghargaan terhadap hak asasi manusia. Di saat yang bersamaan, nilai-nilai kemanusiaan seperti persamaan dan keadilan harus ditegakkan. Dalam dakwah, seorang da'i tidak hanya menyampaikan pesan melalui kata-kata, tetapi juga melalui tindakan nyata (Farihah, 2014).

Istilah kewirausahaan merupakan kombinasi dari kata "wirausaha" dan "ke-an".

Wirausaha dapat diartikan sebagai kemampuan untuk mengembangkan usaha dengan ketajaman dalam memanfaatkan peluang. Dengan penambahan "ke-an", kewirausahaan menjadi sikap mental yang selalu mendorong seseorang untuk aktif dan kreatif dalam menciptakan usaha mandiri yang inovatif, sehingga kemandirian tersebut dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya (Shobir, 2017).

Wirausaha adalah profesi yang biasanya merujuk pada seseorang yang menjalankan usaha atau kegiatan secara mandiri dengan memanfaatkan segala kemampuan yang dimilikinya. Kewirausahaan melibatkan aktivitas pengelolaan modal dengan cara mengolah sumber daya yang ada, untuk mencapai keuntungan (Wazin, 2013).

Wirausaha memberikan peluang yang lebih besar untuk menciptakan lapangan pekerjaan baru, sehingga dapat mengurangi tingkat pengangguran. Dalam perspektif ekonomi Islam, wirausaha mengandung nilai-nilai saling membantu. Melalui wirausaha, kita dapat membuka kesempatan kerja dan membantu orang lain untuk memperoleh pekerjaan (Mulyani & Asnawi, 2022).

Strategi Dakwah Rasulullah *Shallallahu 'Alaihi Wasallam* Bidang Wirausaha

Rasulullah adalah seorang pengusaha yang sangat berhasil pada masa tersebut. Sikap acuh tak acuh, gotong royong, saling mencintai dan menghormati, tanpa membedakan status sosial, sudah bukan menjadi suatu kewajiban melainkan suatu keniscayaan. Sifat ini sangat efektif dalam memperluas dan memperkuat jaringan (*networking*) serta meningkatkan kredibilitas Muhammad *Shallallahu 'Alaihi Wasallam* dalam berwirausaha. Pedoman teladan dari ajaran Muhammad *Shallallahu 'Alaihi Wasallam* agar perekonomian (bisnis) berfungsi dengan baik dan etis perlu segera dimasukkan ke dalam perilaku bisnis Islam (Sitepu, 2016; Kasim et al., 2024).

Islam juga menyatakan bahwa transaksi penjualan dan kegiatan jual beli harus dilakukan secara adil dan bebas dari segala unsur tipu daya atau teknik, namun harus jujur dalam melakukan kegiatan jual beli, seperti yang diajarkan oleh Nabi Muhammad *Shallallahu 'Alaihi Wasallam* dan juga mengajarkan bahwa kita harus bertanggung jawab (Alim, 2016; Khatimah, et al., 2024).

Dakwah saat ini menghadapi dua tantangan utama, yaitu era Revolusi Industri 4.0 dan era Society 5.0 yang berkembang dalam sepuluh tahun terakhir. Revolusi industri yang dikembangkan telah memberikan pengaruh yang sangat nyata terhadap kehidupan manusia dalam hal mendorong pengembangan keterampilan

manusia, meningkatkan ketersediaan data, tingginya tingkat pengolahan data dan konektivitas antar masyarakat (Masruroh & Malayati, 2021).

Manajemen yang diterapkan oleh Nabi Muhammad tidak berbeda jauh dengan prinsip-prinsip manajemen modern, yang dimulai dengan perencanaan, pembagian tugas, kepemimpinan, dan pengawasan. Semua elemen tersebut harus saling mendukung agar membentuk satu kesatuan yang utuh dalam mengembangkan bisnis. Beberapa hal yang perlu dihindari dalam menjalankan bisnis antara lain pemaksaan, ancaman, kesalahan, penyembunyian harga produk, dan penipuan. Para pengusaha berusaha menghindari hal-hal tersebut agar usaha mereka dapat berkembang dan senantiasa mendapatkan keberkahan (Hartanto, 2016). Sebagaimana yang firman Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* dalam surat An-Nahl ayat 125 (Kemenag RI, 2019):

﴿ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ
وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ
عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ﴾

Terjemahannya:

Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.

Bersikap lembut dalam berdakwah dan mendidik adalah kunci utama untuk memenangkan hati dan pikiran manusia, karena pada umumnya, orang tidak menyukai kekerasan atau sikap kasar. Selain itu, sikap sabar, teguh, tenang, dan tidak terburu-buru sangat penting bagi seorang da'i dalam menjalankan proses dakwahnya (Romli, 2013). Sebagaimana firman Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* dalam surat Rum ayat 60 (Kemenag RI, 2019) :

﴿فَاصْبِرْ إِنَّ وَعْدَ اللَّهِ حَقٌّ وَلَا يَسْتَخِفُّكَ الَّذِينَ لَا
يُوقِنُونَ﴾

Terjemahannya:

Dan bersabarlah kamu, sesungguhnya janji Allah adalah benar dan sekali-kali janganlah orang-orang yang tidak meyakini (kebenaran ayat-ayat Allah) itu menggelisahkan kamu.

Etika komunikasi bisnis dalam perspektif syariat adalah pedoman muamalah yang baik sesuai dengan Al-Qur'an dan Hadis, yang meliputi: kejujuran, keakuratan informasi, keandalan dan tanggung jawab, kritik yang konstruktif, keadilan, menghindari penipuan, bersikap baik hati dan rendah hati, menolak suap, tidak menyebarkan gosip negatif, serta bersikap objektif dan tidak berpihak. (Andriani, 2021).

Perjalanan bisnis Nabi Muhammad Shallallahu 'Alaihi Wasallam dimulai pada usia 12 tahun, ketika beliau diperkenalkan dengan dunia bisnis oleh pamannya, Abu Thalib, dalam perjalanan dagang ke wilayah

Syam (Suriah). Pada usia 25 tahun, beliau mengelola transaksi bisnis bersama Khadijah dan bepergian sebagai mitra dagang. Setelah menikah, beliau menjalankan bisnis sebagai pemilik usaha (Heriyansyah, 2018).

Pada masanya, beliau memelopori praktik bisnis berdasarkan prinsip kejujuran, keadilan, dan praktik bisnis yang sehat. Ia tak segan-segan menyampaikannya dalam bentuk informasi langsung dan pernyataan yang mengikat kepada para pedagang (Mukhlas, 2020), di antaranya yaitu:

1. Sifat amanah Nabi Muhammad *Shallallahu 'Alaihi Wasallam* berarti beliau dapat dipercaya untuk menjalankan tanggung jawabnya, itulah sebabnya banyak orang yang senang berbisnis dengannya. Rahasia kesuksesan beliau dalam perdagangan adalah kualitas pelayanan dan kualitas produk yang beliau anggap penting (Aprilia et al., 2022)
2. Dengan sifat amanahnya ini, banyak muslim yang percaya kepada beliau *Shallallahu 'Alaihi Wasallam* dan mulai mengikutinya.
3. Rasulullah *Shallallahu 'Alaihi Wasallam* menerapkan kejujuran dalam berdagang. Islam menyatakan bahwa kejujuran, selalu berpegang teguh pada prinsip kebenaran, membawa keberkahan. Bagi pengusaha muslim, kejujuran sangat penting untuk meningkatkan keuntungan dan mendorong peningkatan kualitas produk dan layanan penjualan. Kejujuran mendatangkan ketenangan dan kedamaian, tetapi ketidakjujuran mendatangkan keraguan dan ketidakbahagiaan (Hariki et al., 2024). Integritas dalam perdagangan merupakan moralitas yang ditekankan dalam hukum mulia Islam. Saat ini dalam kegiatan perdagangan, sebagian besar upaya penjualan produk dilakukan dengan cara berbohong dalam berbagai bentuk (Kholifah, 2021).
4. Ekonomi Islam juga menjadi landasan yang kuat dalam hal pemerintahan setelah Nabi menjadi khalifah. Misalnya saja pendirian *Baitul Maal* sebagai lembaga keuangan publik, mekanisme pasar dan berbagai transaksi lainnya. Dengan adanya *Baitul Maal* bisa membantu keuangan masyarakat muslim yang kurang mampu (Anafarhanah, 2015).
5. Nabiullah *Shallahu 'Alaihi Wasallam* memiliki kecerdasan yang tinggi. Ini dimanfaatkan dalam berdagang. Bagaimana cara mengelola uang yang baik sehingga menarik perhatian umat muslim untuk meninggalkan riba dan beralih kepada ajaran syariat Islam (Nurmaidah, 2021).
6. Mempunyai manajemen usaha yang baik Rasulullah *Shallahu 'Alaihi Wasallam* tidak pernah mengecewakan

pelanggannya. Beliau selalu menepati janjinya dan mengirimkan barang pesanan tepat waktu. Ia selalu mengatakan bahwa integritas adalah kunci dalam *trading*, dan reputasinya sebagai *trader* hebat sudah dikenal luas sejak usia muda (Albab et al., 2018; Yahya, 2020; Hardiati, 2021; Adzkiya', 2017).

7. Sifat egaliter, gotong royong, saling mencintai dan menghormati tanpa membeda-bedakan status sosial sudah menjadi bukan sebuah kewajiban, melainkan sebuah keniscayaan. Bimbingan teladan dari ajaran Rasulullah *Shallahu 'Alaihi Wasallam* agar perekonomian (bisnis) berfungsi dengan baik dan etis adalah sesuatu yang sangat perlu dimasukkan ke dalam perilaku bisnis Islam (Sitepu, 2016).
8. Ada beberapa prinsip profetik yang menjadi teladan kesuksesan bagi beliau *Shallahu 'Alaihi Wasallam*, yaitu menghindari riba, perjudian dan perbuatan *maisir* (Fauzia, 2014).
9. Dalam urusan bisnisnya sebagai pedagang profesional, tidak ada negosiasi atau perselisihan antara beliau dan pelanggannya, seperti yang biasa terjadi di pasar-pasar di seluruh Jazirah Arab (Syahrul, 2012).

Kegiatan wirausaha merupakan bentuk pemberdayaan ekonomi umat,

terutama di negara-negara maju yang memiliki banyak pengusaha. Selain dapat mengurangi tingkat pengangguran, keberadaan wirausaha juga dapat meningkatkan pendapatan negara. Bagi umat Islam, kegiatan wirausaha dapat menjadi sarana untuk berdakwah, terutama dakwah bil hal (dengan perbuatan), serta untuk bersedekah dalam membantu sesama umat manusia (Rokhmiyati & Rahmawati, 2024).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi Nabi Muhammad *Shallahu 'Alaihi Wassalam* dalam berwirausaha berpengaruh besar kepada dakwahnya. Manajemen usaha yang dijalankan beliau sangat membantu dalam meningkatkan kualitas dakwahnya yaitu menyebarkan agama yang benar, sehingga secara tidak langsung para *mad'u* dapat menerima dakwah dengan penuh keyakinan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang memiliki pandangan dan hasil yang serupa, bahwa wirausaha sebagai sarana dakwah Islam dalam konteks usaha Rasulullah *Shallallahu 'Alaihi Wasallam* adalah konsep yang sangat relevan dengan dunia bisnis modern saat ini. Beliau merupakan teladan utama dalam berwirausaha yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, dan menjadi *qudwatun hasanah* bagi umatnya sebagaimana dikemukakan oleh (Juhanis, 2013; Afif, 2016; Ariyadi, 2018;

Wahyuningsih et al., 2020; Khatimah & Rahayu, 2023; Khatimah, et al., 2024).

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan di atas, dapat disimpulkan bahwa wirausaha merupakan salah satu cara Nabi Muhammad *Shallahu 'Alaihi Wassalam* dalam berdakwah. Wirausaha dan dakwah memiliki keterkaitan yang erat. Adapun dalam menjalankan wirausahanya, beliau memiliki beberapa strategi. Rasulullah *Shallahu 'Alaihi Wassalam* selalu menjunjung tinggi amanah, kejujuran, dan sifat profesional. Hal ini menimbulkan kepercayaan dari kaum muslimin maupun kafir kepadanya. Tidak sedikit dari kafir yang tertarik untuk masuk Islam karena kepercayaan tersebut. Wirausaha yang dijalankan Nabi Muhammad *Shallahu 'Alaihi Wassalam* tentunya berdasarkan syari'at Islam dan bebas dari riba serta segala hal yang dilarang Islam.

Kearifan beliau dalam melakukan wirausaha merupakan *qudwah hasanah* yang patut untuk diterapkan sebagai strategi menjadi wirausaha yang sukses. Seorang *entrepreneur* muslim dapat mencontoh Rasulullah *Shallahu 'Alaihi Wassalam* dalam menjalankan wirausahanya. Jika seorang menjalankan wirausaha karena Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* serta berlandaskan Al-Qur'an dan

Sunnah, maka akan mendapat keberkahan yang hakiki

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, L. (2022). Konsep Dakwah dalam Islam. *Jurnal Pendidikan Ar-Rashid*, 7(3), 1–23.
- Adzkiya', U. (2017). Etika Bisnis dalam Islam (Analisis Terhadap Aspek Moralitas Pelaku Bisnis). *Jurnal: Iqtisad Reconstruction of Justice and Welfare for Indonesia*, 4(1), 1–10.
- Afif, M. (2016). Kewirausahaan ditinjau dari perspektif Islam. *Rasail*, 3(1), 55–72.
- Alamsyah, A. (2017). Kritik Sosial (Dalam Perspektif Dakwah). *Jurnal Jurnalisa*, 3(1), 76–90. <https://doi.org/10.24252/jurnalisa.v3i1.3071>
- Albab, U., Maula, R., Amufid, A. R., & S, M. S. (2018). Perjalanan Bisnis Rasulullah Sebagai Dasar Etika Bisnis Islam. *As-Salam I*, VII(2), 247–262. <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/7556065%0Ahttp://www.pubmedcentral.nih.gov/articlerender.fcgi?artid=PMC394507%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.humpath.2017.05.005%0Ahttps://doi.org/10.1007/s00401-018-1825-z%0Ahttp://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/27157931>
- Ali Basyah, N., Razak, A., & Zulfadhli. (2020). Metode Kualitatif Dalam Riset Bisnis : Satu Tinjauan. *Economica Didactica*, 2(1), 1–9.
- Alim, A. (2016). *Tafsir Tematik Ekonomi Syariah* (Rahmawati (ed.); Pertama). UIKA Press.
- Anafarhanah, S. (2015). Peran Ekonomi Islam dalam Dakwah Nabi. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 14(28), 1–17. <https://doi.org/https://doi.org/10.18592/alhadharah.v14i28.1230>
- Andriani, N. (2021). Etika Komunikasi Bisnis Dalam Perspektif Islam. *Al-Hikmah: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Pengembangan Masyarakat*, 19(1), 13–26. <https://doi.org/https://doi.org/10.35719/alhi>

kmah.v19i01.40

- Antariksa, W. F. (2017). Penerapan Manajemen Strategi Dalam Dakwah Nabi Muhammad Saw. *J-MPI (Jurnal Manajemen Pendidikan Islam)*, 2(1). <https://doi.org/10.18860/jmpi.v2i1.4357>
- Aprilia, Nathalia, D. G., Anggraini, R., & Djasuli, M. (2022). Penerapan Prinsip Transparansi Pada Kegiatan Perdagangan Ditinjau Dari Sifat Amanah Nabi Muhammad. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (JEBS)*, 2(3), 806–812.
- Ariyadi. (2018). Business in Islam. *Jurnal Hadratul Madaniyah*, 5(1), 13–26.
- Aziz, F. A. (2017). Manajemen Kewirausahaan Sebagai Media Dakwah. *El-Jizya : Jurnal Ekonomi Islam*, III(2), 25–40. <https://doi.org/10.24090/ej.v3i2.2015.pp25-40>
- Fadhlina Harisnur, & Suriana. (2022). Pendekatan, Strategi, Metode dan teknik Dalam Pembelajaran PAI Di Sekolah Dasar. *Genderang Asa: Journal of Primary Education*, 3(1), 20–31. <https://doi.org/10.47766/ga.v3i1.440>
- Fariyah, I. (2014). Strategi Dakwah Di Tengah. *ADDIN*, 8(2), 295–318. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21043/addin.v8i2.599>
- Fauzia, I. Y. (2014). *Etika Bisnis Islam* (Cetakan Ke). Prenada.
- Fauzia, I. Y. (2019). *Islamic Entrepreneurship Kewirausahaan Berbasis Pemberdayaan* (I). Rajawali Pers.
- Gusriani, R. Y., & Faulidi, H. (2017). Dakwah dalam Bisnis dan Enterpreneur Nabi Muhammad SAW. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 11(21), 17–24. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v11i21.1783>
- Hardiati, N. (2021). Etika Bisnis Rasulullah SAW Sebagai Pelaku Usaha Sukses dalam Perspektif Maqashid Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 513–518. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1862>
- Hariki, W. Z., Isty, M. A., & Farhan, N. (2024). Menerapkan Pentingnya Nilai-Nilai Kejujuran Didalam Berbisnis: Studi Analisis Q.S Al-Muthaffifin 1-3 Berdasarkan Tafsir Al-Mishbah. *Ibnu Abbas: Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir*, 7(1), 86–100. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.51900/ias.v7i1.22699>
- Hartanto, S. (2016). Manajemen Ala Rasulullah dalam Perspektif Entrepreneurs. *Jurnal Intelegensia*, 04(1), 24–39. <https://doi.org/https://doi.org/10.34001/intelegensia.v6i1.1354>
- Heriyansyah, H. (2018). Perjalanan Bisnis Nabi Muhammad S.A.W. *Ad Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(02), 190–205. <https://doi.org/10.30868/ad.v2i02.356>
- Hutagalung, M. A. K., Fitri, R., & Ritonga, S. R. W. (2019). Generasi Muslim Milenial dan Wirausaha. *Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat 2019 - SINDIMAS 2019*, 300–304.
- Jalil, A. (2014). Teologi Wirausaha. *ISLAMICA: Jurnal Studi Keislaman*, 6(2), 203. <https://doi.org/10.15642/islamica.2012.6.2.203-214>
- Juhanis. (2013). Wirausaha, kejujuran, Muhammad, manajemen. *Sulesana*, 8(1), 38–47.
- Kemenag RI. (2019). *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019* (1st ed.). Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an.
- Khatimah, H., Fadhillah, A. N., Rahayu, A., & Maulana, A. H. (2024). Wirausaha Sebagai Wasilah Dakwah Islam dalam. *QULUBANA Jurnal Manajemen Dakwah*, 5(1), 56–77. <https://doi.org/10.54396/qlb.v5i1.1179>
- Khatimah, H., Nuradi, N., & Alim, A. (2024). Konsep Jual Beli dalam Islam dan Implementasinya pada Marketplace. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 43–57. <https://doi.org/10.29040/jiei.v1i1.12352>
- Khatimah, H., & Rahayu, A. (2023). Urgensi Kewirausahaan dalam Dakwah Islam. *QULUBANA Jurnal Manajemen Dakwah*,

- 4(1), 33–50.
<https://doi.org/10.54396/qlb.v4i1.972>
- Kholifah, N. (2021). Sifat-sifat Rasulullah yang Dijadikan Pedoman Dalam Berdagang yang Halal. *Jurnal Al-Tsaman*, 3(2), 29–34.
<https://doi.org/https://doi.org/10.62097/al-tsaman.v3i2.656>
- M Romli, A. S. (2013). Komunikasi Dakwah Pendekatan Praktis. In *www.romeltea.com*.
- Masruroh, S. A., & Malayati, R. M. (2021). Dakwah Era Society 5.0 (Analisis Model Dakwah Ust. Hanan Attaki, Gus Miftah Dan Gus Baha' Pada Media Sosial Youtube). *SAINSTEKNOPAK Ke-5 LPPM UNHAS Y TEBUIRENG JOMBANG 2021*, 5, 1–6.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook, Edition 3* (Edition 3). Sage Publications.
- Misbahuddin, M. (2016). Aktualisasi dakwah di era globalisasi (dalam menegakkan syariat Islam). *Jurnal Dakwah Tabligh*, 17(1), 1–12.
<https://doi.org/10.24252/jdt.v17i1.6072>
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif Ed. Revisi; Cet. 36* (Ed. Revisi). Remaja Rosdakarya.
- Mukhlas, A. A. (2020). Manajemen Bisnis Rasulullah. *Jurnal Al-Iqtishod*, 8(1), 46–52.
<https://doi.org/https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v8i1.87>
- Mulyani, S., & Asnawi, N. (2022). Peran Strategis Kewirausahaan dalam Pembangunan (Tinjauan Pendekatan Ekonomi Islam). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2958–296.
<https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6776>
- Munir, M., & Ilahi, W. (2006). *Manajemen Dakwah* (Edition 1). Kencana.
- Nurasykim, M. F. M. (2019). Strategi Rasulullah Dalam Pengembangan Dakwah Pada Periode Mekkah. *At-Taujih : Bimbingan Dan Konseling Islam*, 2(1), 108–125.
<https://doi.org/10.22373/taujih.v2i1.7214>
- Nurmaidah, N. (2021). Strategi Dakwah Dan Pendidikan Nabi Muhammad Saw. *JOURNAL OF ALIFBATA: Journal of Basic Education (JBE)*, 1(1), 78–92.
<https://doi.org/10.51700/alifbata.v1i1.360>
- Ramli, A. (2022). *Manajemen Strategi*.
- Ritonga, A. H. (2020). Sistem Interaksi Antar Unsur Dalam Sistem Dakwah dan Implikasinya Dalam Gerakan Dakwah Anas Habibi Ritonga. *Hikmah*, 14(1), 87–102.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24952/hik.v14i1.2033>
- Rokhmiyati, S., & Rahmawati, L. (2024). Dakwah Bil Hal Melalui Kewirausahaan Sosial pada Era Globalisasi PADA ERA GLOBALISASI (Studi Kasus di Bassmart Yayasan Hati Beriman Salatiga). *Orasi: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 15(1), 129–141.
<https://doi.org/10.24235/orasi.v15i1.17261>
- Salman. (2015). Strategi Internalisasi Nilai-Nilai Al-Qur'a• n. *Jurnal MUDARRISUNA: Media Kajian Pendidikan Agama Islam*, 5(1), 145–168.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.22373/jm.v5i1.302>
- Shobir, L. M. (2017). Tasawuf Entrepreneurship: Membangun Etika Kewirausahaan Berbasis Prophetic Intelligence. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(2).
<https://doi.org/10.21274/an.2017.3.2.417-432>
- Sinta Kasim, Muh. Nasir Hamzah, Amiruddin Kadir, & Muhammad Wahyuddin Abdullah. (2024). Resilience of Micro, Small, and Medium Enterprises Based on Islamic Entrepreneurship. *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam*, 13(1), 211–232.
<https://doi.org/10.54471/iqtishoduna.v13i1.2333>
- Sitepu, N. I. (2016). Perilaku Bisnis Muhammad SAW Sebagai Entrepreneur Dalam Filsafat Ekonomi Islam. *Human Falah*, 3(1), 18–33.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30829/hf.v3i1.154>

- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Syahrul, H. (2012). Marketing Dalam Perspektif Hukum Islam. *Jurnal Hukum Diktum*, 10(2), 185–196. <https://doi.org/https://doi.org/10.35905/diktum.v10i2.270>
- Wahyuningsih, G., Janah, F. N., & Roy Purwanto, M. (2020). Berbisnis Berdasar Perilaku Rasulullah Saw. *At-Thullab : Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 2(1), 314–324. <https://doi.org/10.20885/tullab.vol2.iss1.art9>
- Wazin. (2013). Pengkarakteran Wirausaha Muslim. *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 4(1), 1–12. <https://doi.org/10.32678/ije.v4i1.10>
- Wignyo, S., Karina, R., & M.R. Barhmana. (2017). Analisa Strategi Pengembangan Bisnis Melalui Metode Competitive Positioning Analysis Pada Pt Surya Polyplas Utama. *Agora*, 5(1), 1–7.
- Wijayanti, R. (2018). Membangun Entrepreneurship Islami dalam Perspektif Hadits. *Cakrawala*, 13(1), 35. <https://doi.org/10.31603/cakrawala.v13i1.2030>
- Yahya, A. B. (2020). Etika Bisnis (Perilaku) Bisnis Rasulullah Muhammad SAW Sebagai Pedoman Berwirausaha. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 5(1), 95–100.
- Zuchri Abdussamad. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (P. Rapanna (ed.)). Syakir Media Press.