

hal 18

# Hikmah Ramadan 1437H

## Tepati Akad, Untung Berlipat, Tambah Kerabat



**Erwan Sudiwijaya, MBA**  
Dosen Periklanan  
Prodi Ilmu Komunikasi UMY

juga bermakna komitmen jangka panjang. Akan tetapi akad di sini dapat kita maknai sebagai janji, dalam konteks berdagang janji ini dilakukan oleh penjual kepada pembeli saat berkomunikasi untuk memasarkan barang yang dijual. Sebelum membuat janji, biasanya pedagang akan mengenal lingkungannya dulu, kepada siapa ia akan menjual produk dan siapa saja pesaingnya yang menjual produk sejenis.

Ini adalah kali pertama saya menulis artikel untuk hikmah Ramadan dan inspirasi tulisan perdana saya ini adalah OS. Al Maidah ayat 1 tentang berdagang ala Islam, di mana Allah berfirman kepada orang-orang beriman untuk memenuhi akad-akad. Kali pertama ini saya tidak akan mengulas akad yang sakral seperti janji pernikahan dan

Proses pembuatan janji dimulai saat penjual membuat pesan pembeda dari keunikan produk yang ia tawarkan atau bahasa komunikasi pemasarannya *Unique Selling Proposition*. Tahap berikutnya adalah mengomunikasikan dalam bentuk penawaran langsung dengan bertitik, membuat "piang" nama produk dan keunggulan yang ia jual. Saat ini para pedagang

biasanya membuat nama merek dalam bentuk logo produk serta pesan penjualan pada *tagline* atau slogannya.

### Jujur

Belajar dari masa Rasulullah SAW, di mana kegiatan berdagang merupakan profesi utama pada masa itu. Akan tetapi, dalam kegiatan perdagangan pada masa itu juga terjadi praktik kecurangan dalam transaksi yang begitu merajalela. Namun Rasul berani menentang praktik kecurangan tersebut dan pada saat itu beliau dikenal selalu mengutamakan kejujuran saat berdagang, namanya pun segera dikenal dan menjadi "*jujuran*" pelanggan yang puas.

Pada masa itu Rasulullah SAW selalu menjelaskan kondisi setiap barang yang beliau jual, termasuk kelebihan dan kekurangannya. Bahkan beliau pun tak segan

untuk memberitahu harga dasar barang yang dijual, efeknya setiap pelanggan yang puas kemudian merekomendasikan Rasulullah SAW pada pelanggan yang lain hingga beliau dijuluki *Al Amin*.

Belajar dari keteladanan Rasulullah SAW dalam menepati akad tersebut, keuntungan yang bisa didapat adalah untung berlipat, tambah kerabat dan tentu saja ganjaran berlipat-lipat di surga kelak. Sebab logikanya, saat kita sebagai pedagang dan membuat pesan komunikasi dengan jujur, maka pelanggan pun akan merasa *worth it* pada produk yang kita tawarkan, walau harus membayar lebih mahal namun saat produk tersebut digunakan dapat maksimal kemampuannya. Efek dari pelanggan yang puas adalah testimoni *gethuk tular*, di mana pelanggan yang puas ini menjadi

sumber yang dipercaya oleh konsumen lainnya.

Bayangkan saja di sekitar pelanggan kita yang puas itu terdapat keluarga inti, lalu tetangga, saudara dekat, teman kantor, sahabat sehati, atau teman nongkrong saat menjemput anak di sekolah. Efek viral positif ini akan terus menjangkit dari konsumen ke konsumen secara organik.

Sebaliknya saat kita sebagai pedagang tidak jujur, maka pelanggan yang kecewa akan menempatkan produk kita pada daftar hitam produk yang tidak akan pernah dibelinya lagi. Energi negatif ini akan berdampak lebih besar pada produk kita, karena testimoni negatif akan lebih cepat menyebar sebagai gosip. Saat tidak disadari dengan cepat maka masalah ini akan menjadi bongkahan bola salju masalah.

Silahkan kirim unek-unek, pendapat, foto ataupun berita Anda ke [aspirasi@harianjogja.com](mailto:aspirasi@harianjogja.com). Tulisan Anda yang dimuat merupakan hak redaksi *Harian Jogja* dan dapat diterbitkan di media lain yang tergabung dalam *Jaringan Informasi Bisnis Indonesia*. Hal yang dikirim merupakan pendapat pribadi.