

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Manusia merupakan ciptaan Allah SWT. Yang mana tugas manusia diciptakan di muka bumi dijadikan sebagai khalifah oleh Allah SWT. Allah menundukkan alam semesta tujuannya tidak lain adalah untuk kepentingan manusia. Fungsi manusia sangat strategis dalam membangun dunia serta mengeksplorasi berbagai sumberdaya yang tersedia demi memenuhi berbagai kebutuhan dan keinginan manusia.¹ Bisnis adalah perbuatan yang tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia bahkan bisnis adalah salah satu bentuk kegiatan yang sangat populer dalam kehidupan manusia. Kegiatan manusia dalam kesahariannya pasti melakukan bisnis. Peran manusia dalam berbisnis ialah sebagai produsen maupun konsumen. Produsen disini dapat menghasilkan suatu produk dalam kegiatan berbisnis, dimana produk tersebut akan menghasilkan keuntungan dan nilai tambah bagi konsumen. Seiring berjalan waktu yang mana zaman semakin berkembang, maka akhir-akhir ini bisnis semakin kompleks. Saat ini seorang yang berbisnis bukan hanya di tuntut untuk memiliki keberanian dalam mengambil tindakan dalam berbisnis, namun ia juga harus menambah pengetahuan dan wawasan yang dapat mendukung untuk kemajuan bisnisnya, sehingga dapat meminimalkan resiko kerugian dan memaksimalkan keuntungan dalam bisnis.²

Dalam melakukan aktifitas perdagangan (bisnis) manusia tidak mampu memenuhi keperluannya sendiri tanpa ia pasti membutuhkan pertolongan sesama

¹ H. Buchari Alma Donni, *Manajemen Bisnis Syariah Menanamkan Nilai dan Praktek Syariah dalam Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm.2

²Ibid, hlm.110

manusianya. Oleh karena itu Allah Swt. telah menjelaskan hal tersebut didalam Al-Qur'an surah al-Maidah ayat 2 (dua)

.....وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ

اللَّهُ شَدِيدُ الْعِقَابِ³

“Dan tolong menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa dan jangan tolong menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kepada Allah Swt. sesungguhnya Allah Swt. amat berat siksaannya.”

Ayat diatas menjelaskan bahwa hubungan manusia dengan manusia hendaknya tercermin dalam sikap saling membantu dan bekerja sama dalam hal kebajikan dan ketakwaan⁴. Dan disitu sangatlah jelas bahwa manusia masih saling membutuhkan apalagi dalam kegiatan hal berbisnis, karena didalam berbisnis itu jika kita berjalan sendiri kita tidak bisa apa-apa dan pasti dalam berbisnis kita membutuhkan pada sesama manusia dan sesama ciptaan Allah Swt.

Dunia semakin berkembang dan maju, teknologi semakin canggih sehingga menyebabkan sistem perdagangan yang semakin banyak, dan beraneka ragam. Saat ini kaum non muslim memang masih banyak menguasai ekonomi di dunia, baik bisnis bisnis maupun perdagangan. Umat Islam sangat jauh ketinggalan, bahkan kelihatan semakin tercekik, tidak bisa berbuat banyak, apalagi mempraktikandan dan mengamakan hukum-hukum Islam. Pada awalnya di Indonesia dunia marketing dikenal sebagai dunia usaha yang mana perannya sangat sederhana dalam suatu perusahaan yang mana ia hanya ingin mendapatkan keuntungan saja, pada

³Al-Qur'an, al-Maidah (5):2

⁴ Mardani, *Hukun Bisnis Syariah*, (Jakarta: Premedia Grup, 2014), hlm, 11-12

akhirnya dunia marketing disini sudah semakin berkembang di era modern ini dengan sistem pemasarannya yang secara penjualan langsung (*direct selling*). *Direct selling* disini merupakan salah satu cabang dari *multy level marketing*⁵

Pemasaran di masyarakat masih dikenal dengan penjualan, tetapi pemasaran yang sesungguhnya adalah sebuah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi dan pendistribusian gagasan barang dan jasa untuk menciptakan terjadinya pertukaran yang dapat memuaskan tujuan pribadi.⁶ Pemasaran juga dapat menghasilkan pendapatan yang dapat dikelola oleh orang-orang keuangan yang kemudian hal tersebut didayagunakan oleh orang produksi untuk menciptakan suatu produk maupun jasa.⁷

Pengertian *Multy Level Marketing* atau yang bisa di singkat dengan MLM adalah berasal dari Bahasa Inggris, *multy* berarti banyak, *level* berarti tingkat, sedangkan *marketing* adalah pemasaran yang berjenjang banyak. Jadi *multy level marketing* adalah pemasaran yang berjenjang banyak. Disebut dengan *multy level*, karena merupakan suatu organisasi distributor yang melaksanakan penjualan dengan berjenjang banyak dan bertingkat-tingkat.⁸

Salah satu perusahaan yang penjualannya atau pemasarannya menggunakan *direct selling* adalah PT. HNI-HPAI. Pada PT. HNI-HPAI konsep pemasaran adalah salah satu hal yang sangat penting, untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam pembelian produk. Produk yang ditawarkan merupakan produk-produk yang alami (herbal). Bagi masyarakat yang berkeinginan untuk mendaftar menjadi

⁵Ahmad Subagyo, *Marketing In Business*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2010) hlm. 1

⁶ Sofjan Assauri, *Strategi Marketing*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2012), hlm.1

⁷ Nurul Huda, dkk, *Pemasaran Syariah*, (Depok: Prenada Media Grup, 2017), hlm.3

⁸Gemala Dewi, Dkk, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, (Jakarta: Pernada Media Grup, 2013), hlm.193

agen/anggota baru maka dikenai biaya pendaftaran sebesar 30.000 dengan mendapatkan buku panduan sukses PT. HNI-HPAI dan juga kartu anggota. Selain yang 30.000 dengan mendapatkan ID HPAI dan Kartu Agen, Buku Katalog, buku panduan, layanan web page online, dan juga layanan pembinaan secara online. Kantor pusat PT. HNI-HPAI disini terletak di Jakarta, hal ini sesuai dengan akta pendiriannya yang mana PT tersebut berdiri pada tanggal 19 Maret 2012 Indonesia.⁹

PT. HNI-HPAI melakukan memasarkan produk-produknya dengan system pemasarannya mirip dengan *Multy Level Marketing* akan tetapi dalam HNI-HPAI disini lebih dikenal dengan system keagenan. Dalam system bisnisnya PT. HNI-HPAI disini membedakan antara anggota (Agen) dan bukanAgen (non Agen) yang mana harga non Agen disini lebih mahal dari pada harga Agen. Dalam system pemasarannya PT.HNI- HPAI bekerja sama dengan membernya untuk memasarkan produk-produknya. Dan biasanya Agen melakukan pemasarannya dengan cara promosi (mempromosikan) produk-nya kepada masyarakat agar masyarakat mengetahui adanya produk HPAI tersebut.

Untuk mendapatkan penghasilan dalam perusahaan ini tidak hanya fokus pada penjualan produk saja, namun ia harus membangun jaringan pemasaran. Artinya mengajak para agen dan para distributor baru dengan menggunakan sistem yang ada. Setiap agen minimal ia harus menggunakan produk untuk dirinya sendiri untuk mengetahui manfaatnya, semakin banyak agen, maka semakin banyak pula produk yang otomatis terjual melalui agen/distributor yang telah membuat jaringan tersebut. Di HNI-HPAI juga ada yang namanya poin dari setiap produk, pada

⁹Panduan Sukses, *Referensi Utama Produk Halal Dunia*, (Jakarta: PT.HPAI,2018), hlm. 10

dasarnya poin tersebut digunakan untuk menghitung pendapatan bonus daripada agen dari perusahaan. Dan setiap produk ada poin bonusnya masing-masing. Dalam bisnis HNI-HPAI tidak ada bedanya bagi mereka yang mendaftar di awal dan di akhir karena bonus yang akan di dapat sesuai dengan usaha dari setiap mereka sendiri. Dan juga tidak ada namanya TUPO (Tutup Poin) karena dengan belanja 1 produk, poin dari produk tersebut akan tetap di input dan tetap mendapatkan bonus sehingga tidak ada satupun prestasi yang hilang. Namun jika ingin mendapatkan penghasilan yang lebih maka suatu jaringan harus melakukan target (target pencapaian) pribadi dalam perbulannya minimal 200 poin.

PT.HNI-HPAI yang berada di Pamekasan ada empat tingkatan keagenan toko , yaitu Business Centre (BC), di bawahnya ada juga Agency Centre (AC), Distribution Center (DC), Stockist Center (SC). Setiap tingkatan memiliki peranan bonus tersendiri. Setiap Business Centre bebas menjual produknya kepada jaringan yang di bawahnya, baik itu AC, DC maupun SC. Kebebasan terhadap praktek penjualan langsung tersebut memiliki dampak positif tersendiri, selain mendapat bonus juga dapat membangun tali persaudaraan dan hubungan yang baik bagi para agen, namun pada sisi yang lain kebebasan tersebut terdapat dampak kurang baik. Jika antar agen kurang adanya komunikasi atau hubungan yang baik bisa dimungkinkan terjadi sistem pemasaran yang eksklusif hanya antar agen lain dalam jaringannya. Sehingga bonus penjualan produk tidak bisa merata sebagaimana mestinya.¹⁰

Islam menempatkan nilai etika di tempat yang sangat tinggi. Yang mana dasarnya islam di turunkan ke muka bumi ini sebagai perilaku moral dan etika bagi

¹⁰Panduan Sukses, *Referensi Utama Produk Halal Dunia*, hlm. 20

kehidupan manusia. Dalam Islam, etika (akhlak) sebagai cerminan kepercayaan Islam (Iman). Etika islam memberi sanksi yang kuat serta otoritas pelaksana dalam menjalankan standar etika. Konsep etika dalam Islam tidak utilitarian dan relativeakan tetapi mutlak dan abadi. Jadi islam menjadi sumber nilai dan etika dalam segala aspek kehidupan manusia secara menyeluruh termasuk dalam dunia bisnis.¹¹

Pelaksanaan etika bisnis dalam berbisnis masyarakat sangat di dambakan oleh semua orang. Namun tidak semua orang bias mampu melaksanakan etika bisnis secara murni, masih banyak pelaku bisnis yang melanggar etika bisnis, bahkan ada bisnis yang sama sekali tidak menerapkan etika bisnis sama sekali, mereka kadang hanya menginginkan keuntungan saja tanpa harus memikirkan resiko pada konsumennya.

Perusahaan PT. HNI-HPAI merupakan perusahaan yang mengusung citra dan prinsip dalam operasionalnya. Namun seperti perusahaan lain yang mana PT. HNI-HPAI disini masih menggunakan system yang mirip dengan *Multy Level Marketing* (MLM) pada dasarnya perusahaan memasarkan produknya dengan sistem jaringan untuk memasarkan produknya, sehingga perlu dikaji apakah pemasarannya sesuai atau tidak dengan etika bisnis Islam.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas peneliti tertarik untuk untuk meneliti mengenai Sistem Marketing Network PT. HNI-HPAI dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam (Studi Pada Business Centre Pamekasan Desa Batu Labang RT 1/1 Akkor Palengaan, Pamekasan, Jawa Timur).

¹¹ Sri Nawatmi, "Etika Bisnis Perspektif Islam,." Vol. 9, No. 1 (April 2010), hlm. 54

B. Fokus Penelitian

Untuk membatasi ruang lingkup pembahasan dan memiliki tujuan yang jelas maka peneliti merumuskan focus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana sistem marketing Network PT. HNI-HPAI pada Business Centre (BC) Pamekasan?
2. Faktor apa saja yang dapat mematikan bisnis Network Marketing PT.HNI-HPAI di Bussines Centre Pamekasan?
3. Bagaimana tinjauan etika bisnis islam terhadap sistem Marketing Network PT. HNI-HPAI di Bussines Centre Pamekasa ?

C. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini memiliki beberapa tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana Sistem Marketing Network PT. HNI-HPAI pada Business Centre (BC) Pamekasann
2. Untuk mengetahui Faktor Apa saja yang dapat Mematikan Bisnis Network Marketing di Bussines Centre PT. HNI-HPAI Pamekasan?
4. Untuk mengetahui bagaimana Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap sistem Marketing Network PT.HNI-HPAI di Bussines Centre Pamekasan.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Secara Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi dan referensi serta dapat menjadi tambahan bagi para pembaca ataupun bagi para peneliti berikutnya mengenai masalah yang sama dalam meningkatkan khasanah karya ilmiah

2. Kegunaan Secara Praktis

Dari hasil penelitian ini sangat di harapkan dapat bermanfaat baik secara langsung maupun tidak langsung bagi:

- a. Para pelaku bisnis *marketing network* dan juga masukan tentang apa itu marketing bagi pelaku bisnis HNI-HPAI khususnya yang bertempat tinggal di Pamekasan.
- b. Bagi masyarakat, yang sudah menjalankan bisnis yang serupa dengan HNI-HPAI semoga hasil penelitian ini sangat diharapkan bermanfaat agar masyarakat dapat memilih Bisnis yang sesuai dengan syariat islam.
- c. Bagi Civitas Akademika IAIN Madura, dapat dijadikan tambahan referensi bagi mahasiswa dan mahasiswi utamanya Fakultas Syariah mengenai Sistem Marketing Network pada PT. HNI-HPAI
- d. Bagi penulishasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan pengetahuan dan pengalaman bagaimana Sistem Marketing Network yang di jalankan oleh PT. HNI-HPAI dan Juga berharap dapat mengetahui faktor apa sajayang dapat mematikan bisnis Marketing Network PT.HNI-HPAI di Bussines Centre Pamekasa

E. Definisi Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman terhadap kata-kata kunci atau konsep-konsep pokok dalam judul penelitian ini maka perlu adanya definisi istilah, sehingga dapat memperoleh persepsi dan pembahasan yang sama antara pembaca dengan peneliti. Adapun istilah yang perlu diberikan Batasan masalah adalah sebagai berikut:

1. Sistem Marketing Network

Sistem Marketing Network merupakan sebuah cara pemasaran, yang mana cara pemasarannya melalui sistem keanggotaan untuk memasarkan produknya. Perusahaan yang menggunakan sistem networkmarketing memasarkan produk-produknya ia tidak memasarkan produknya ke toko-toko atau supermarket namun dipasarkan melalui para anggota dari perusahaan tersebut, dan para anggota disini disebut dengan macam-macam istilah antara lain distributor, consultant, member dll. Network marketing adalah cara pemasaran yang SAH secara HUKUM dan legal.

Dalam bisnis network marketing, para distributor akan diberikan komisi sesuai dengan peraturan (disebut rencana pemasaran/marketing plan) yang ada di masing-masing perusahaan, komisi yang dibayarkan bukan hanya hasil dari pembelian produk atas nama pribadi, tetapi juga dari pembelian produk dari setiap member.

Bisnis marketingnetwork merupakan bisnis yang legal, dan bisa dipercaya. Namun, kesalahpahaman sering terjadi sehingga ada beberapa pihak yang menjadi antipati terhadap skema pemasaran network marketing.¹²

2. PT. HNI-HPAI

HNI adalah bisnis networkmarketing syariah milik muslim yang berasal dari Indonesia, dan kini telah berkembang ke beberapa negara ASEAN dan Asia. HNI kini menjadi bisnis networkmarketing Syariah milik muslim terbesar di Asia, dan dengan pola bisnis networkmarketing Syariah menjadikan bisnis ini memiliki

¹²<http://handinyekapertiwi.blogspot.com/2013/08/apa-itu-network-marketing.html>, di akses pada 29 Oktober 2019 pukul 18.15

potensi yang sangat besar dalam memberdayakan ummat Islam khususnya dalam ikhtiar untuk meraih kesuksesan bersama

3. Business Centre (BC)

Business Centre (BC) merupakan pusat layanan bisnis dan kegiatan HNI-HPAI yang berlaku bagi semua Agen HPAI baik Agen atau jaringan dibawah Leader pemilik BC atau agen diluar jaringan pemilik BC.¹³

4. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam merupakan suatu proses untuk mengetahui hal-hal yang benar dan hal-hal yang salah yang selanjutnya melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan.¹⁴

Berdasarkan uraian Definisi diatas maka yang penulis maksud dengan judul “Sistem Marketing Network PT. HNI-HPAI Etika Bisnis Islam (Studi Pada Business Centre Pamekasan Desa Batu Labang RT 1/1 Akkor Palengaan, Pamekasan, Jawa Timur)” adalah mendeskripsikan cara pemasaran produk HNI-HPAI di Business Centre Pamekasan dengan menganalisa sistem *Marketing Network* tersebut berdasarkan Tinjauan Etika Bisnis Islam

¹³Panduan Sukses HPAI, *Referensi Utama Produk Halal Dunia*, hlm. 66

¹⁴ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam , Implementasi Etika Bisnis Islami untuk Dunia Usaha*, (Bandung: Alfabeta,2013), hlm.35

