

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Bisnis merupakan aktivitas yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang atau perusahaan dalam bentuk jasa atau barang untuk memperoleh laba. Bisnis menciptakan banyak peluang berdasarkan kreativitas dan inovasi yang ditampilkan dengan melibatkan beberapa puluhan, ratusan, bahkan ribuan orang guna menghasilkan jasa atau produk yang dibutuhkan konsumen. Bisnis bisa dilakukan dengan cara manual maupun dengan memanfaatkan teknologi canggih sebagai sarana produksi, melibatkan aspek-aspek manajemen, keuangan, pemasaran, dan sumber daya manusia. Bisnis yang berhasil dan berjalan baik akan berkontribusi positif peningkatan kualitas dan standar hidup masyarakat, terlibat dalam kegiatan amal menghasilkan pemimpin bagi masyarakat dan menjadi contoh bagi bisnis lainnya.¹

Kegiatan memulai bisnis sendiri tidaklah sulit, walaupun tidak mudah juga karena memulai bisnis sendiri ibaratnya memadukan antara ilmu dan seni. Kegiatan bisnis disebut seni karena diperlukan kreativitas, keluasan dan implementasi aturan tersebut.² Dalam dunia globalisasi, bisnis dikatakan berhasil secara lokal dan internasional atau menyeluruh.³ Oleh karena itu sesuatu usaha harus mempunyai strategi bisnis dan strategi operasi yang tepat efektif dan efisien

¹ Sudaryono, *Pengantar Bisnis Teori & Contoh Kasus* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2015), 3-4.

² Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), 1.

³ Cinthya Erika Putri Gunawan, "Analisis Strategi Bisnis Pada PT Omega Internusa Sidoarjo", *Jurnal Agora*, Vol. 5, No. 1, (2017), 1.

dalam menjalankan proses bisnisnya agar tidak melenceng dan dapat berjalan sesuai tujuan awal perusahaan. Strategi yang dijalankan mulai dari pengembangan produk yang didasarkan pada ide-ide kreatif dan original sehingga menjadi pembeda dan mempunyai ciri khas dibidang produk dari kompetitor.⁴ Sehingga dalam suatu usaha di butuhkan strategi pemasaran agar produk tersebut memiliki ciri khas dan dapat menarik konsumen.

Dalam hal ini strateg sangat di perlukan untuk menunjang keberhasilan dalam mewujudkan visi dan misi perusahaan yang merupakan bagian dari suatu pondasi dasar dalam bisnis.⁵ Menurut David strategi adalah individu yang paling bertanggung jawab atas keberhasilan atau kegagalan sebuah organisasi, strategi membantu organisasi mengumpulkan, menganalisis, dan mengatur informasi. Menurut Kuncono mengemukakan strategi sebagai suatu proses, yang meliputi sejumlah tahapan yang saling berkaitan dan beruntutan. Tahapan utama proses manajemen strategi umumnya mencakup analisis situasi, formulasi strategi, implementasi strategi dan evaluasi kinerja. Strategi juga bersifat kontekstual, harus sesuai (*fit*) dengan kompetensi ini tantangan yang di hadapi. Berdasarkan pendapat para ahli, dapat di simpulkan bahwa strategi sebuah serangkaian rancangan jangka panjang yang di implementasikan dalam seluruh proses bisnis, organisasi untuk menghadapi persaingan dan mencapai visi perusahaan.⁶ Salah satu strategi dalam suatu usaha adalah strategi pemasarannya.

⁴Mochamad Ammsar Faruq dan Indrianawati Usman. "Penyusunan Strategi Bisnis Dan Strategi Operasi Usaha Kecil dan Menengah Pada Perusahaan Konveksi Sissors Di Surabaya", *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan Tahun 7*. No. 3, (2014), 175

⁵Devi Herfita Dkk "Analisis Strategi bisnis Pada PT Gancia Citra Rasa" *Jurnal eksekutif*, Vol 14, No. 2, (2017), 375

⁶ Zuriani Ritonga, *Manajemen Strategi Teori dan Aplikasi* (Yogyakarta: CV budi Utama, 2020), 46.

Pemasaran memiliki peran pokok dalam peta bisnis suatu perusahaan dan berkontribusi terhadap strategi produk. Perusahaan baik berskala nasional ataupun internasional membutuhkan seorang marketer untuk memasarkan produk atau jasa. Kesuksesan suatu produk diterima oleh target pasar tidak hanya ditentukan oleh murahness harga atau kualitas yang ditawarkan, tetapi ditetapkan oleh strategi pemasaran yang dilakukan.⁷ Menurut Philip Kotler pemasaran merupakan kegiatan manusia yang diarahkan pada usaha untuk memuaskan keinginan (*wants*) dan kebutuhan (*needs*) melalui proses pertukaran.⁸

Seseorang yang melakukan suatu bisnis dapat menghasilkan suatu keuntungan jika ia mengambil risiko, dengan menghasikan suatu pasar baru dan siap menghadapi persaingan dengan bisnis-bisnis lainnya. Organisasi bisnis yang mengevaluasi kebutuhan dan permintaan konsumen. Kemudian bergerak secara efektif masuk ke dalam pasar, dapat menghasilkan keuntungan yang substansial. Adapun kegagalan bisnis, sebagai besar adalah karena kesalahan atau kekurangan manajemen atas manusia, teknologi, bahan baku, dan modal. Perencanaan pengorganisaian, pengendalian, pengarahan, dan manajemen karyawan yang efisien menghasilkan keuntungan yang memuaskan. Namun demikian, selain efektifitas manajerial, tingkat keuntungan bisnis sangatlah bergabung pada besarnya industri, besarnya bisnis, dan lokasi bisnis.⁹

⁷ Nurul Huda, dkk, *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi* (Jakarta: Kencana, 2017), 1.

⁸ Warnadi dan Aris Triyono, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), 2.

⁹ Ika Yulia Fauzia, *Etika bisnis Islam* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2013), 4

Bisnis yang di jalankan tentunya memiliki tujuan dalam memperoleh keuntungan yang semaksimal mungkin dengan biaya yang efisien.¹⁰ Dalam Islam bisnis dapat dipahami sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram). Islam mewajibkan setiap muslim, khususnya yang memiliki tanggungan untuk bekerja. Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia memiliki harta kekayaan. Untuk memungkinkan manusia berusaha mencari nafkah, Allah SWT melapangkan bumi serta menyediakan berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan untuk mencari rezki.¹¹ sebagaimana dalam firman Allah QS. Al Mulq ayat 15:

النُّشُورُ وَإِلَيْهِ رِزْقُهُ ۗ مَنْ وَكُلُوا مِنَّا كَيْهَافِي فَأَمْشُوا ذُلُولًا ۗ لَا الْأَرْضَ لَكُمْ جَعَلَ الَّذِي هُوَ

Artinya: “Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, Maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezki-Nya. dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan”.¹²

Saat ini pemasaran modern berkembang sesuai dengan perkembangan zaman. Semakin sulitnya menjual sebuah produk atau jasa di karenakan tingginya persaingan. Atau semakin banyaknya pesaing yang berkecimpung dalam bidang usaha yang sama mendorong para praktisi dan akademisi yang berkecimpung dalam dunia *marketing*, baik secara langsung ataupun tidak langsung melakukan cara-cara yang diharapkan akan dapat mendukung konsep *marketing* yang mereka

¹⁰ Wiwik Saidatur Rolianah dan Kholik Albar, *Manajemen Risiko Bisnis Dalam Perspektif Islam* (In Indonesia: Guepedia, 2019), 33

¹¹ Norvadewi, “Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip Dan Landasan Normatif)”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Al-Tijary, Vol. 01, No. 01, (2015), 6.

¹² Departemen Agama RI, *Al-Hikmah Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2019), 562.

gunakan sehingga penjualan yang menjadi tujuan utama mereka dapat tercapai. Salah satu cara yang digunakan untuk mendapatkan penjualan yang cepat dan mudah adalah dengan metode *Multi Level Marketing* (MLM).

Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) seringkali dikaitkan dengan sebuah formula untuk mendapatkan kekayaan secara cepat dan mudah. Pandangan seperti ini muncul, mungkin salah satunya akibat dari beberapa penawaran usaha-usaha *Multi Level Marketing* (MLM) yang menghubungkan bisnis ini dengan cara cepat dan mudah untuk mendapatkan kekayaan. Akhirnya banyak orang menganggap hal ini sebagai suatu kebenaran. Sebenarnya, *Multi Level Marketing* (MLM) bukan formula ajaib yang bisa mendapatkan uang dengan cepat dan mudah. *Multi Level Marketing* (MLM) hanya sebuah metode untuk memasarkan suatu produk yang berbeda dengan cara-cara konvensional. *Multi Level Marketing* (MLM) hanyalah suatu metode bisnis alternatif yang berhubungan dengan pemasaran dan distribusi.¹³

Multi Level Marketing (MLM) adalah bisnis dengan teknik membangun organisasi jaringan distribusi dan pemasaran secara mandiri, dengan memangkas saluran pemasaran barang konsumsi dan barang produksi. Sebuah produk atau jasa dalam MLM ditawarkan secara satu-satu dan dijual langsung (*direct selling*) merangkap menjadi penjual (distributor). Ketika seorang konsumen MLM memilih untuk menjadi konsumen dan juga penjual, maka sebagai *up line* ia harus merekrut konsumen baru untuk menjadi *down line*-nya. *Down line* tersebut lalu mendaftar terlebih dahulu kepada perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) dan berhak menjadi *member* perusahaan tersebut, sehingga tidak mengherankan,

¹³Muhamad Amin, "Strategi Pemasaran Mlm (Multi Level Marketing) Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada PT. Natural Nusantara Cabang Purwokerto)", (*Skripsi*, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, Purwokerto, 2016), 3.

pemasaran dengan sistem komunikasi yang khas tersebut mampu membentuk suatu jaringan (*network marketing*) yang solid. Oleh karena itu, terkadang bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) ini sering juga disebut dengan *network marketing*.¹⁴

Persaingan bisnis pada saat ini ketat karena mengikuti perkembangan dengan begitu setiap perusahaan yang memakai sistem *Multi Level Marketing* (MLM) harus punya strategi tersendiri untuk bisa bertahan dalam persaingan. Penduduk Indonesia mayoritasnya adalah beragama Islam, dalam kajiannya akan ditinjau bisnis MLM dari dua aspek; produk barang atau jasa yang dijual dan cara ataupun sistem penjualan (*selling/marketing*). Mengenai produk dan barang yang dijual apakah halal atau haram tergantung kandungannya, apakah terdapat sesuatu yang diharamkan Allah menurut kesepakatan (*ijma'*) ulama atau tidak. Begitu pula jasa yang dijual, apakah mengandung unsur babi, *khamr*, bangkai, darah, perzinaan, kemaksiatan, dan perjudian.

Multi Level Marketing(MLM) dalam pandangan Islam dikategorikan pembahasan fiqh muamalah dalam kitab *Al-Buyu'* mengenai perdagangan atau jual beli. Oleh karena itu, dasar hukum yang dapat dijadikan panduan bagi umat Islam terhadap bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) ini antara lain adalah konsep jual beli, dan tolong menolong, serta kerja sama (*tanwun*), jadi, pada dasarnya hukum dari *Multi Level Marketing*(MLM) adalah mubah (boleh).¹⁵

Multi level marketing (MLM) yang menggunakan strategi pemasaran secara bertingkat (levelisasi) mengandung unsur-unsur positif, asalkan diisi dengan nilai-nilai Islam dan sistemnya disesuaikan dengan Syari'ah Islam. Bila

¹⁴ Anita Rahmawaty, *Bisnis multi level marketing persepektif islam, jurnal, vol 2, No. 1, 2014*, 74

¹⁵ Rudi Hermawan, *Buku ajar hukum ekonomi islam* (Duta media publishing, 2007), 135

demikian, bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) di pandang memiliki unsur-unsur silaturahmi dakwah dan tarbiyah.

Bisnis yang di jalankan dengan sistem *Multi Level Marketing* (MLM) tidak hanya sekedar menjalankan penjualan produk barang, tetapi juga jasa, yaitu jasa marketing yang ber level-level (bertingkat-tingkat) dengan imbalan marketing fee, bonus hadiah dan sebagainya, tergantung prestasi, dan level seorang anggota. Jasa marketing yang bertindak sebagai perantara antara produsen dan konsumen. Dalam istilah Fikih Islam hal ini di sebut Samsarah atau Simsar.

Samsarah adalah pihak yang menjadi perantara dari transaksi jual beli.¹⁶ Kegiatan samsarah dalam bentuk distributor, agen, member atau mitra niaga dalam Fikih Islam termasuk dalam akad ijarah, yaitu suatu transaksi memanfaatkan jasa orang lain dengan imbalan, insentif atau bonus (ujroh). Akad jual beli yang semacam ini semua ulama memperbolehkannya. Sama halnya seperti cara berdagang yang lain, strategi bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) harus memenuhi rukun jual beli serta akhlak (etika) yang baik. Di samping itu komoditas yang di jual harus halal (bukan haram maupun syubhat), memnuhi kualitas dan bermanfaat.¹⁷

Bisnis yang berdasarkan dengan metode *Multi Level Marketing* (MLM) salah satunya adalah produk MSI.PT. Mahkota Sukses Indonesia merupakan perusahaan *networking* yang legal karena telah memiliki izin resmi dari pemerintah.PT. MSI berupaya selalu mengikuti perkembangan perijinan pemerintah sesuai dengan peraturan yang berlaku, hal ini untuk menjamin ketenangan dalam berbisnis para mitra-mitra MSI.MSI perupakan perusahaan

¹⁶ Ahmad Sarwar, *Ensiklopedia Fikih Indonesia 7: Muamalat* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama), 95.

¹⁷ Sudarto, *Masailil fiqhiyah Al – Haditsah* (Yogyakarta: CV Budi utama, 2018), 11-12

yang menyediakan produk perawatan, kecantikan, dan kesehatan kulit oleh para ahli yang memiliki kualitas terbaik dan tentunya dengan harga yang terjangkau, selain itu produk MSI ini ber label halal.

MSI memberikan solusi berbisnis dengan bermodalan mulai dari Rp 475.000 – Rp 1000.000, dengan diperkuat bermacam produk green Value pertama dan legal terdaftar yang artinya produk mudah terserat dipasaran dengan kualitas produk yang telah dibuktikan melalui testimony positif dari konsumen berbagai kalangan. MSI merupakan produk multi fungsi, bisa di gunakan oleh semua usaha dan semua jenis, tidak ada target bulanan, atau belanja bulanan, marketing plan mudah dimengerti dan dijalani, bonus dan Reward sifatnya akumulatif tanpa riset ke nol, modalnya dari Rp 475.000,- sampang dengan Rp 1.000.000, berpotensi menghasilkan ratusan juta hingga Milliyaran rupiah, dan tidak harus stok produk karena bisa sistem Dropship.

Adapun produk-produk MSI terdiri dari Bamboo Charcoal, D'Green Kohie, MSI Face Mist, Diamond Beauty Series, Ziranto Blue, MIS Gartea, Almond Argan Oil, MSI Manjavikan, MSI Deyto Hair, El Prima Propolis, Fito Green, MSI Aloevera Gel, Kiddos FH, Kopi Mahkota Raya, MSI Body Lotion, MSI Gamat, MSI Bio Simapro, MSI Bio Soap Gold, Glowing Serum, Bio Zetta, MSI Lip Cream Matte, Neck Pendant MSI (kalung).

Masalah metode *Multi Level Marketing* (MLM) terlihat pada tingkatan dalam sistem pemasaran, dimana setiap anggota harus mencari anggota-anggota baru dan demikian seterusnya. Setiap anggota harus membayar uang pada perusahaan dengan jumlah tertentu dengan dapat bonus, semakin banyak anggota dan semakin banyak memasarkan produknya maka akan semakin banyak bonus

yang di janjikan. Ini berarti bahwa kebanyakan anggota *Multi Level Marketing* (MLM) ikut bergabung dengan perusahaan tersebut adalah karena *iming-iming* bonus, dengan agar cepat kaya dengan waktu yang sesingkat mungkin bukan karena membutuhkan produknya. Salah satunya tempat pendistribusian produk MSI, yaitu berada di pamekasan jalan Kemuning, RT 03, Rawa 03, Barurambat Kota Pamekasan.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui analisis bisnis dalam Perspektif Ekonomi Islam. Maka peneliti mengangkat sebuah judul **“Strategi Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) Produk PT. Mahkota Sukses Indonesia (MSI) Di Head Point Operasional Cabang Pamekasan Dalam Perspektif Ekonomi Islam”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti merumuskan fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) Produk PT. Mahkota Sukses Indonesia (MSI) Di Head Point Operasional Cabang Pamekasan?
2. Bagaimana Strategi Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) Produk PT. Mahkota Sukses Indonesia (MSI) Di Head Point Operasional Cabang Pamekasan Dalam Perspektif Ekonomi Islam?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan fokus permasalahan di atas, maka tujuan dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Strategi Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) Produk PT. Mahkota Sukses Indonesia(MSI) Di Head Point Operasional Cabang Pamekasan.
2. Untuk mengetahui Strategi Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) Produk PT. Mahkota Sukses Indonesia(MSI) Di Head Point Operasional Cabang Pamekasan Dalam Perspektif Ekonomi Islam.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini dilakukan diharapkan dapat memberikan hasil yang berguna secara keseluruhan, maka penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi

1. Bagi perguruan tinggi.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran studi dan bahan referensi yang mengkaji tentang strategi *Multi Level Marketing* (MLM) Produk PT. Mahkota Sukses Indonesia (MSI) Di Head Point Operasional (HPO) Cabang Pamekasan Dalam Perspektif Ekonomi Islam.

2. Bagi peneliti

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman dan pengetahuan dalam bidang ekonomi khususnya dalam melakukan strategi bisnis dengan metode *Multi Level Marketing*(MLM) pada suatu produk yang di tinjau dari Perspektif Ekonomi Islam.

3. Bagi pelaku bisnis

Hasil penelitian ini atau penyusunan proposal skripsi ini diharapkan agar dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi pihak HPO Pamekasan

dalam melakukan bisnis produk MSI dengan menggunakan metode *Multi Level Marketing* (MLM) dalam perspektif Ekonomi Islam.

4. Bagi Member-member MSI

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi gambaran tentang strategi bisnis dengan metode *Multi level marketing* (MLM) dalam Perspektif Ekonomi Islam dan tentang bagaimana penerapannya.

E. Definisi Istilah

Ada beberapa istilah yang perlu di dedinifisikan agar pembaca memiliki pemahaman dan tidak terjadi kesalah pahaman dalam memahami istilah. Adapun definisi istilah tersebut, antara lain :

1. Strategi

Strategi adalah proses penentuan arah atau langkah awal yang harus di ditetapkan oleh suatu organisasi atau perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.

2. Bisnis

Bisnis adalah kegiatan yang dilakukan oleh individu maupun organisasi yang melibatkan proses pembuatan, pembelian, penjualan, atau pertukaran barang maupun jasa dengan tujuan untuk menghasilkan keuntungan.

3. MSI

MSI merupakan kepanjangan dari PT Mahkota Sukses indonesia, yang menjual produk-produk kesehatan dan kecantikan dengan sistem jaringan atau biasa disebut dengan MLM (*Multi Level Marketing*) atau pemasaran.

F. Kajian Penelitian Terdahulu

Kajian penelitian terdahulu berfungsi sebagai bahan analisis berdasarkan kerangka teoritik yang dibangun dan sebagai pembeda dengan penelitian yang dilakukan.¹⁸

1. Penelitian Afanda Adha Laili dan Ajeng Wahyu Puspitasari, yang berjudul “Analisis Kesesuaian Syariah Bisnis Multi Level Marketing (MLM) (Studi Kasus Di Topstar Community Jawa Timur)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kesesuaian syariah pada marketing plas bisnis Multi Level Marketing (MLM) di Topstar Community Jawa Timur. Penelitian ini berdasarkan tinjauan mengenai konsep fikih muamalahm konsep jual beli atau perdagangan, dan konsep multi level marketing. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode content analisis yang menggunakan informan penelitian dari pemilik perusahaan Topstar Community, pihak manajemen Topstar Community, akademisi, dan mitra Topstar Community. Salah satu hasil dari penelitian didapat bahwa pemenuhan rukun dan syarat jual beli sudah terpenuhi tetapi masih ada beberapa produk yang belum terdapat label halal dan label ijin meskipun komposisi termasuk tidak haram.¹⁹Persamaan penelitian terdahulu terletak pada analisis bisnis Multi Level Marketing dalam perspektif syariah dan metode yang digunakan sama-sama menggunakan penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaan penelitian ini terletak pada objek penelitian, objek penelitian terdahulu objeknya MLM

¹⁸*Pedoman Penelitian Karya Ilmiah* (Pamekasan: STAIN Pamekasan Press, 2015), 19.

¹⁹Afanda Adha Laili dan Ajeng Wahyu Puspitasari, “Analisis Kesesuaian Syariah Bisnis Multi Level Marketing (MLM) (Studi di Topstar Community Jawa Timur)”, *Jurnal Ilmiah* (Mei, 2017).

di Topstar Community Jawa Timur sedangkan pada penelitian ini MLM pada produk MSI di HPO Cabang Pamekasan. hasil penelitian terdahulu menunjukkan syarat dan rukun jual beli pada produk sudah terpenuhi namun ada juga yang tidak memenuhi.

2. Skripsi karya Fusthathul Nur Sasongko Yang Berjudul “Sistem *Multi Level Marketing* Dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang No 7 Tahun 2014 Pada PT Moment Global Internasional.” Tujuan dari penelitian untuk menguraikan bagaimana operasional sistem multi level marketing di PT moment internasional, dan bagaimana tinjauan hukum islam dan UU No 7 tahun 2014 terhadap aplikasi sistem *Multi Level Marketing* Di PT Moment Global Internasional. Penelitian ini menggunakan penelitian dengan tehnik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Kemudian data diolah dengan tahapan organizing, editing dan analizing. Selanjutnya data tersebut dianalisis menggunakan tehnik pola pikir deskriptif induktif yakni mendeskripsikan atau menggambarkan data yang di peroleh dari lapangan terkait praktek bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) yang diterapkan pada PT Moment Global Internasional kemudian dianalisis menggunakan Hukum Islam dan Undang-Undang No 7 tahun 2014 tentang Perdagangan. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa: *Pertama*, praktek sistem *Multi Level Marketing* pada PT Moment Global Internasional yang dimulai dari pendaftaran member disertai pembelian produk kemudian member melakukan perekrutan untuk memperbanyak jaringan kerja, dan mendapatkan keuntungan, bonus dan reward. *Kedua*,

analisis praktek jual beli yang di gunakan PT Moment Global Internasional sudah sesuai dengan hukum positif. Kemudian praktek *Multi Level Marketing* yang digunakan terdapat sistem yang menimbulkan 'ghra' pada fatwa DSN-MUI Nomor 75/DSN-MUI/VII/2009, dan sistem keuntungan serta bonusnya yang mirip skema piramida yang bertentangan dengan pasal 9 Undang-Undang No 7 Tahun 2014. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada *Multi Level Marketing* yang ditinjau Dalam Perspektif Islam, metode penelitiannya sama-sama penelitian kualitatif dan teknik pengumpulan datanya menggunakan, wawancara, observasi, dokumentasi. Hasil penelitiannya pun sama, yaitu dimulai dengan pendaftaran dengan pembelian produk, merekrut orang untuk menambah jaringan, selain itu juga akan mendapatkan bonus, reward dan keuntungan. Perbedaan dengan penelitian terdahulu terletak pada objek penelitian yaitu objek penelitian ini MSI di HPO Pamekasan, sedangkan penelitian terdahulu objeknya pada PT Moment Global Internasional.²⁰

3. Skripsi karya Rahman Budianto Tumannger yang berjudul “Analisis Strategi Bisnis Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada BMT Mandiri Abadi Syariah).” Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi bisnis yang dilakukan BMT Mandiri Abadi Syariah. Pendekatan penelitian yang digunakan merupakan pendekatan kualitatif dengan pengolahan data wawancara bersama pak Totok Darsono, kepala kantor BMT Mandiri Abadi Syariah. Hasil dari penelitian ini menunjukkan

²⁰Fusthathul Nur Sasongko, “Sistem Multi level marketing Dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang No 7 Tahun 2014 Pada PT Moment Global Internasional”, (*Skripsi*, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya, 2019).

bahwa Baitul Mal wat at-Tamwil (BMT) merupakan lembaga ekonomi atau lembaga keuangan syariah nonperbankan yang sifatnya informal. BMT termasuk pelaku ekonomi mikro. Peran BMT dalam memberikan kontribusi pada gerak roda ekonomi kecil sangat nyata, karena BMT langsung turun dan masuk kepada pengusaha kecil. Dalam menjalankan roda bisnisnya, BMT Mandiri Abadi Syariah menggunakan prinsip sifat Rasul yaitu siddiq (jujur), amanah (dipercaya), tabligh (berkomunikasi/membentuk jaringan yang luas) dan sifat fatonah (perang tanggungjawab dalam mengelola bisnsi dengan baik). Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada pembahasannya yaitu menganalisis strategi bisnis yang ditinjau dalam Perspektif Ekonomi Islam, pendekatan sama-sama kualitatif, dan pengumpulan data yang digunakan wawanacra. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada objek penelitiannya yaitu objek penelitian ini MSI di HPO Pamekasan, sedangkan penelitian terdahulu pada BMT Mandiri Abadi Syariah.²¹

²¹Rahman Budianto Tumangger, “Analisis Strategi Bisnis Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada BMT Mandiri Abadi Syariah)”, (*Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan, 2018).