

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Menurut Kuncoro, Islam sebagai ajaran yang komprehensif telah memberikan dasar *maintenance* dalam menjaga keberlangsungan hubungan, yaitu melalui aktualisasi akhlak Islam dalam dunia bisnis dan aktifitas perekonomian lainnya.¹ Prinsip muamalahnya bagi pelaku aktifitas transaksi bisnis dan perekonomian adalah membangun jejaring bisnis dan ekonomi yang adil dan seimbang dengan mengedepankan desain kerangka dunia bisnis dan perekonomian yang paralel dengan kohesivitas komunikasi secara vertikal (nilai-nilai ketuhanan) yang mengejawantah dalam nilai-nilai kemanusiaan sehingga para pelaku yang terlibat di dalamnya senantiasa berorientasi pada perolehan keseimbangan laba, yaitu *fair profit* dan *just profit*.

Untuk mengarahkan dan menjamin ke arah kemaslahatan dalam bermuamalah, telah disebutkan dalam landasan hukum jual beli yaitu *al-Qur'an, Hadits, Ijma'* dan *Qiyas*, terutama tentang kebolehan dalam jual beli. Dalam memenuhi pelaksanaan sebagai umat muslim, wajib mengetahui landasan dasar, sehingga dapat berjalan secara seimbang sesuai dengan hukum dan perkembangan dalam jual beli. Menurut Ghazali dalam *Lidinillah* bahwa para ulama *fiqh* mengemukakan bahwa akad itu dapat dibagi, dilihat dari

¹ Anis Tyas Kuncoro, "Konsep Bisnis Multilevel Marketing Dalam Perspektif Ekonomi Syariah," *Jurnal Ilmiah Fakultas Agama Islam Universitas Sultan Agung XLV*, no. 119 (2009): 21–36.

beberapa segi. Jika dilihat dari segi keabsahannya menurut *syara'*, akad terbagi dua, yaitu akad *sahih* dan akad *ghairu sahih*.²

Berdasarkan kategori sistem bisnis yang saat ini dikembangkan dan dijalankan di Indonesia, yang sekarang makin marak dibahas adalah bisnis *Multi Level Marketing* (MLM). Dalam beberapa tahun terakhir, bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) sedang diminati oleh banyak orang terlebih beberapa barang yang dapat diperjual-belikan melalui sistem ini tanpa dibatasi segmentasi tertentu.³

Menurut Tarigan dalam Bahrudin, MLM yang menggunakan strategi pemasaran secara bertingkat (*levelisasi*) mengandung unsur-unsur positif, asalkan diisi dengan ruh syariah dan sistemnya disesuaikan dengan syariah Islam.⁴ Bila demikian, MLM dipandang memiliki unsur-unsur silaturahmi, dakwah dan tarbiyah. Metode semacam ini pernah digunakan Rasulullah dalam melakukan dakwah Islamiyah pada awal-awal Islam. Dakwah Islam pada saat itu dilakukan melalui teori *gethok tular* (mulut ke mulut) dari sahabat satu ke sahabat lainnya. Sehingga pada suatu ketika Islam dapat diterima oleh masyarakat kebanyakan.⁵

Dalam menyikapi bisnis MLM perlu adanya wawasan dan pemahaman yang baik, benar, dan utuh. MLM dasarnya boleh jika tidak ada hal-hal yang dilarang oleh syariah. Konsep Ekonomi Islam dalam penjualan suatu produk

² Achmad Hijri Lidinillah, "Praktik Gharar Pada Hubungan Bisnis Umkm-Eksportir Furnitur Di Jepara," *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan* 2, no. 2 (2015): 108–29.

³ Ajeng Dwyanita and Irham Zaki, "Analisis Kesesuaian Syariah Pada Sistem Operasi Bisnis Multi-Level Marketing (MLM) KK Indonesia Dengan Fatwa DSN MUI No: 75/DSN MUI/VII/2009," *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan* 1, no. 4 (2014): 265–77.

⁴ Moh. Bahrudin, "Multi-Level Marketing (MLM) Dalam Perspektif Hukum Islam," *Jurnal Asas* 3, no. 1 (2011): 65–79.

⁵ Dwyanita and Zaki, "Analisis Kesesuaian Syariah Pada Sistem Operasi Bisnis Multi-Level Marketing (MLM) KK Indonesia Dengan Fatwa DSN MUI No: 75/DSN MUI/VII/2009."

menekankan kehalalan, manfaat, dan mematuhi prinsip dasar Ekonomi Syariah.⁶ Untuk mengarahkan dan menjamin ke arah kemaslahatan dalam bermuamalah via MLM, Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) telah mengeluarkan 12 poin dari fatwa mengenai pedoman penjualan langsung berjenjang syariah atau yang biasa disebut Multi Level Marketing (MLM) dengan nomor 75/DSN/MUI/VII/2009.

Saat ini, di seluruh dunia, bisnis MLM telah mencapai jumlah sekitar 10.000-an, sementara di Indonesia mencapai jumlah 1.500-an. Berdasarkan informasi yang dapat diakses via internet, setiap hari muncul 10 orang miliuner baru karena mereka sukses menjalankan bisnis MLM. Data menunjukkan bahwa sekitar 50% penduduk Amerika Serikat kaya karena mereka sukses dari bisnis MLM, begitu pula di Indonesia sudah mulai merambah. Kini, jumlah MLM di Indonesia telah mencapai sekitar 600-an. Sementara itu, tahun berikutnya diduga akan semakin banyak perusahaan MLM dari negara lain akan masuk ke Indonesia.⁷

Salah satu bisnis MLM di Indonesia adalah MLM HNI HPAI, memiliki berbagai macam produk lokal yang dipasarkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, dengan jumlah kategori empat produk. Dapat dikatakan HNI HPAI tengah menghadapi pertumbuhan ekonomi yang pesat karena merupakan MLM lokal atau asli produk dalam negeri. Termasuk MLM yang baru karena berdiri pada 16 Maret 2017, sehingga jika lebih berkembang kedepannya, seluruh mitra yang bergabung akan sukses. Pada setiap MLM memiliki aturan

⁶ Ahmad Mardalis and Nur Hasanah, "Multi-Level Marketing (MLM) Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Falah* 1, no. 1 (2016): 30–37.

⁷ Anita Rahmawaty, "Bisnis Multilevel Marketing Dalam Perspektif Islam," *Equilibrium* 2, no. 1 (June 2014).

tersendiri terutama pada Marketing Plan PT HPAI sebagai rencana pemasaran dan pedoman, sehingga menjadi kunci keberlangsungan bisnis MLM ini akan maju atukah mundur, dan mendapatkan mitra bisnis atukah hanya mampu memasarkan produk. Mayoritas mitra muslim, akan berpotensi baik jika sistemnya sesuai dengan syariah dan dapat berkembang dengan mitra yang bergabung semakin meningkat.

Produk-produk HNI HPAI (*Halal Network International*—PT Halal Penawaran Alwahida Indonesia) ini memasarkan produknya di situs online maupun offline. BC HNI (Business Center Halal Network International) Sumenep memiliki sistem MLM (Multi Level Marketing) Syariah, yaitu Penjualannya langsung berjenjang Syariah (PLBS). MLM sendiri adalah pemasaran yang dilakukan melalui banyak level (tingkatan), yang sering disebut up line (tingkat atas) dan down line (tingkat bawah). Dalam sistem HNI-HPAI ini terdapat bonus bagi seorang agen dalam pembelian Produk-produk HPAI sekitar 20% atau 30% dari harga normalnya. BC HNI Sumenep merupakan sebuah Agenstok, yaitu Agen HNI-HPAI yang telah memenuhi persyaratan dan disetujui oleh perusahaan untuk melayani penjualan dengan mentaati peraturan yang ditentukan oleh perusahaan. BC disebut sebagai pusat layanan bisnis dan kegiatan HNI-HPAI yang berlaku bagi semua Agen HPAI baik Agen atau jaringan dibawah leader pemilik BC atau Agen di luar pemilik BC.

Untuk mengarahkan dan menjamin ke arah kemaslahatan dalam bermuamalah via MLM, maka diperlukan kesesuaian dengan landasan hukum jual beli yaitu *al-Quran*, *hadits*, dan *ijma'* dalam hal jual beli. Hal ini mengaju

pada manajemen bisnis berbasis syariah. Manajemen bisnis syariah merupakan suatu hal yang penting dalam menjalankan bisnis yang sesuai dengan ajaran Islam. Dengan demikian, bisnis berbasis syariah tersebut dapat berjalan dengan efisien, efektif, dan menguntungkan.⁸

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa kesesuaian syariah pada manajemen bisnis multi-level marketing HNI HPAI (Studi Kasus Business Center/BC HNI Sumenep 2). Ruang lingkup penelitian ini berada pada implementasi manajemen bisnis multi-level marketing HNI HPAI (Studi Kasus Business Center/BC HNI Sumenep 2 serta potret kesesuaian syariah pada bisnis tersebut.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana implementasi Manajemen Bisnis Multi-Level Marketing HNI HPAI Business Center Sumenep 2?
2. Bagaimana implementasi pada Manajemen Bisnis Multi-Level Marketing HNI HPAI Business Center Sumenep 2 perspektif Ekonomi Syariah?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis implementasi Manajemen Bisnis Multi-Level Marketing HNI HPAI Business Center Sumenep 2.
2. Untuk menganalisis implementasi pada Manajemen Bisnis Multi-Level Marketing HNI HPAI Business Center Sumenep 2 perspektif Ekonomi Syariah.

⁸ Satria K Yudha, "Konsultasi Syariah: Parameter Kesesuaian Syariah," April 3, 2018, <https://ekonomi.republika.co.id/berita/p6m3h4416/konsultasi-syariah-parameter-kesesuaian-syariah>.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pada PT HNI HPAI mengenai kesesuaian syariah manajemen bisnis Multi level marketing.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi tambahan bagi peneliti berikutnya yang ingin mengangkat penelitian ataupun yang ingin mendalami tentang kesesuaian syariah manajemen bisnis Multi level marketing.

2. Kegunaan Praktis

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya:

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat menemukan dan memperdalam pemahaman tentang kesesuaian syariah manajemen bisnis Multi level marketing.

b. Bagi PT HNI HPAI

Hasil penelitian ini merupakan bagian dari sebuah literatur dan bahan bacaan tentang kesesuaian syariah manajemen bisnis Multi level marketing.

c. Bagi Institut Agama Islam Negeri Madura

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu sumber acuan atau referensi khususnya di perpustakaan Pascasarjana IAIN Madura untuk meningkatkan daya pikir mahasiswa agar bisa mengetahui tentang

konsep dan implementasi kesesuaian syariah manajemen bisnis Multi level marketing.

E. Definisi Istilah

1. *Multi-Level Marketing*

Multi Level Marketing berasal dari bahasa Inggris, dimana multi berarti banyak, level berarti tingkat, sedangkan marketing berarti pemasaran. Jadi Multi Level Marketing adalah pemasaran yang berjenjang banyak. Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.⁹

2. Manajemen Bisnis

Manajemen merupakan usaha yang dilakukan secara bersama-sama untuk menentukan dan mencapai tujuan-tujuan organisasi dengan pelaksanaan fungsi-fungsi perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*). Manajemen merupakan sebuah kegiatan; pelaksanaannya disebut manajing dan orang yang melakukannya disebut manajer. Sedangkan bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba. Secara historis kata bisnis dari bahasa Inggris *business*, dari kata dasar *busy* yang berarti "sibuk" dalam konteks individu, komunitas, ataupun masyarakat. Dalam artian, sibuk mengerjakan

⁹ Philip Kotler and Armstrong, *Marketing Management* (Jakarta: Indeks, 2007), 1.

aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan. Atau bisnis dalam arti luas adalah semua aktivitas oleh komunitas pemasok barang dan jasa.¹⁰

3. Kesesuaian Syariah

Kesesuaian syariah memiliki tiga parameter yang digunakan untuk menentukan satu kebijakan atau produk ekonomi syariah itu sesuai atau *comply* dengan syariah. Pertama, terbebas dari transaksi yang dilarang. Kedua, produk tersebut sesuai dengan akad atau transaksi syariah. Ketiga, menjaga adab-adab (akhlak) Islami dalam bermuamalah.¹¹ Ketiga parameter tersebut menjadi parameter dasar dalam menganalisa kesesuaian syariah pada manajemen bisnis HNI HPAI.

F. Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian ini akan dicantumkan beberapa penelitian terdahulu untuk lebih memperkuat pencarian data yang pernah peneliti baca.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Putri Oktavia, Sukamto, dkk. (2023) yang berjudul “Analisis Multi Level Marketing Produk Herbal HNI HPAI Dalam Tinjauan Fikih Muamalah” menunjukkan bahwa HNI menjalankan bisnis MLM berbasis syariah, perusahaan ini juga melakukan bisnis yang berjenjang yang disebut multilevel. HNI juga memiliki Success Plan atau Marketing Plan, yang berfokus untuk menjadikan perusahaan sebagai perusahaan syariah yang sesuai syariah. Ini juga merupakan solusi untuk meningkatkan kesehatan dan potensi ekonomi keluarga untuk meweujudkan

¹⁰ M. Fuad et al., *Pengantar Bisnis* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000), 1.

¹¹ Yudha, “Konsultasi Syariah: Parameter Kesesuaian Syariah.”

masyarakat sehat, cerdas, dan mandiri dan berdaya guna bagi pembangunan bangsa, negara, dan peradaban manusia.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Dwi Artiningsih (2022) yang berjudul “Analisis Akad Pada Sistem Marketing Halal Network Internasional Perspektif Fiqih Muamalah” Menjelaskan bahwa HNI menggunakan sistem *Marketing Syariah* (MLM Syariah) dimana pemasarannya melalui jaringan agen yang telah di rekrut dengan biaya yang terjangkau kemudian melakukan pembinaan terhadap agen, melakukan pembelian sehingga akan mendapatkan bonus dan royalti serta membangun tim yang solid serta menambah agen sehingga produk akan disediakan oleh agen akan sampai pada konsumen. Akad yang digunakan dalam sistem marketing Halal Network Indonesia menurut perspektif fiqih muamalah yaitu antara perusahaan HNI dengan *Agency Center* HNI menggunakan akad *wakalah bil ujah* dan akad *al-ju’alah*. Dalam fiqih muamalah hal tersebut diperbolehkan.

Ketiga, Nurjannah dkk (2022)¹² telah melakukan penelitian dengan judul “Telaah Komparatif Bisnis Multi Level Marketing Konvensional dan Multi Level Marketing Syariah”. Artikel ini bertujuan menelaah lebih mendalam mengenai perbedaan MLM Syariah dan MLM Konvensional serta menggali pandangan fikih kontemporer terkait bisnis ini. MLM Syariah dan MLM Konvensional hampir sama, namun terdapat perbedaan dalam segi regulasi, organisasi dan tujuan bisnis tersebut salah satunya MLM syariah beroperasi secara syariah, niat, konsep dan praktik

¹² Nurjannah Nurjannah et al., “Telaah Komparatif Bisnis Multi Level Marketing Konvensional Dan Multi Level Marketing Syariah,” *Muamalat: Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah* 14, no. 2 (Desember 2022): 177–92.

pengelolaannya senantiasa merujuk kepada al-Qur'an dan Hadis Rasulullah saw.

Keempat, Ria Valensya Kakunsi dkk (2023)¹³ telah melakukan penelitian dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen Menjadi Anggota Multi Level Marketing (Studi Kasus pada PT. Kangzen Kenko Indonesia Cabang Manado, Tomohon dan Bitung)”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Sistem Kompensasi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Konsumen menjadi Anggota Multi Level Marketing pada PT. Kangzen Kenko Indonesia Cabang Manado, Tomohon dan Bitung.

Kelima, Rohimin¹⁴ dalam penelitiannya berjudul “Network Marketing: Analisis Terhadap Pemasaran Jejaring Dalam Penjualan Langsung Berjenjang Syariah”, menjelaskan bahwa Tulisan ini memotret dinamika dan perkembangan sistem pemasaran dalam Penjualan Langsung Berjenjang Syariah. Ide utama tulisan ini berusaha untuk mencermati aturan yang dikemukakan dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 75 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah yang akrab dikenal dengan sebutan PLBS. Selain PLBS, akan dicermati pula tentang sistem Multi Level Marketing (MLM). Kedua bentuk pola, metode, dan sistem penjualan ini dalam prakteknya dapat dibenarkan dan dianggap sesuai dengan syariah serta tidak merugikan masyarakat atau menimbulkan hal-hal yang diharamkan manakala obyek

¹³ Ria Valensya Kakunsi, Bode Lumanauw, and Michael Ch. Raintung, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Menjadi Anggota Multi Level Marketing (Studi Kasus Pada PT. Kangzen Kenko Indonesia Cabang Manado, Tomohon Dan Bitung),” *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 11, no. 1 (March 2023).

¹⁴ Rohimin Rohimin, “Network Marketing: Analisis Terhadap Pemasaran Jejaring Dalam Penjualan Langsung Berjenjang Syariah,” *AL-INTAJ* 2, no. 2 (September 2016).

transaksinya jelas berupa produk atau jasa, bukan sesuatu yang diharamkan atau dipergunakan untuk sesuatu yang haram, tidak mengandung unsur *gharar*, *maisir*, *riba*, *dharar*, *dzulm*, dan maksiat.

1.1 Tabel Kajian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Putri Oktavia, Sukamto, dkk. (2023)	Analisis Multi Level Marketing Produk Herbal HNI HPAI Dalam Tinjauan Fikih Muamalah	Sama-sama meneliti tentang Multi Level Marketing Produk Herbal HNI HPAI	Pada penelitian terdahulu, fokus penelitiannya ialah menganalisis Multi Level Marketing Produk Herbal HNI HPAI melalui tinjauan Fikih Muamalah. Sedangkan pada penelitian yang akan diteliti oleh peneliti berfokus pada analisis kesesuaian syariah pada Multi Level Marketing Produk Herbal HNI HPAI.
2.	Dwi Artiningsih (2022)	Analisis Akad Pada Sistem Marketing Halal Network Internasional Perspektif Fiqih Muamalah	Sama-sama meneliti tentang Multi Level Marketing	Pada penelitian terdahulu, fokus penelitiannya ialah menganalisis akad pada system marketing halal network perspektif fikih muamalah. Sedangkan pada penelitian yang akan diteliti oleh peneliti berfokus pada analisis kesesuaian syariah pada Multi Level Marketing Produk Herbal HNI HPAI.
3.	Nurjannah dkk (2022)	Telaah Komparatif Bisnis Multi Level Marketing Konvensional dan Multi Level	Sama-sama meneliti tentang Multi Level Marketing	Pada penelitian terdahulu berfokus menelaah komparasi antara bisnis MLM konvensional dan syariah. Sedangkan

		Marketing Syariah		pada penelitian yang akan diteliti oleh peneliti berfokus pada analisis kesesuaian syariah pada Multi Level Marketing Produk Herbal HNI HPAI.
4.	Ria Valensya Kakunsi dkk (2023)	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen Menjadi Anggota Multi Level Marketing (Studi Kasus pada PT. Kangzen Kenko Indonesia Cabang Manado, Tomohon dan Bitung)	Sama-sama meneliti tentang Multi Level Marketing	Pada penelitian terdahulu, fokus penelitiannya ialah menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen untuk menjadi anggota dari sebuah MLM. Sedangkan pada penelitian yang akan diteliti oleh peneliti berfokus pada analisis kesesuaian syariah pada Multi Level Marketing Produk Herbal HNI HPAI.
5.	Rohimin	Network Marketing: Analisis Terhadap Pemasaran Jejaring Dalam Penjualan Langsung Berjenjang Syariah	Sama-sama meneliti pemasaran produk berjenjang syariah	Pada penelitian terdahulu, fokus penelitiannya ialah menganalisis pemasaran produk berjenjang syariah. Sedangkan pada penelitian yang akan diteliti oleh peneliti berfokus pada analisis kesesuaian syariah pada Multi Level Marketing Produk Herbal HNI HPAI.

Acuan dari teori-teori atupun temuan dari beberapa kajian terdahulu dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat perlu dan dapat dijadikan sebagai data pendukung. Adapun penulisan penelitian yang dilakukan oleh peneliti ialah sebagai pelengkap dari beberapa penelitian sebelumnya.