

**TINJAUAN FATWA DSN-MUI TERHADAP SISTEM
MARKETING NETWORK PT. HERBA PENAWAR ALWAHIDA INDONESIA (HPAI) DI
WILAYAH PONOROGO**

SKRIPSI



Oleh

RENITA

NIM 210214135

Pembimbing:

Hj. ATIK ABIDAH, M.S.I

NIP. 197605082000032001

JURUSAN HUKUM EKONOMI SYARIAH FAKULTAS SYARIAH

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO

2019

ABSTRAK

Renita, 2019. Tinjauan Fatwa DSN MUI Terhadap Sistem *Marketing Network* PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) Di Wilayah Ponorogo. Skripsi. Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo. Pembimbing Hj. Atik Abidah, M.S.I.

Kata Kunci : Fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009, *Multi Level Marketing*, Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI).

Bisnis *Multi Level Marketing* adalah metode penjualan barang dan produk jasa dengan menggunakan pemasaran *network marketing* atau pola penjualan berjenjang. Pada tahun 2009 DSN-MUI mengeluarkan fatwa No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang PLBS. Fatwa tersebut dikeluarkan sebagai pedoman agar perusahaan multi level marketing dapat menjalankan sistemnya dengan ketentuan syariah. Penelitian ini berawal dari mengenai Strategi agen maupun member dalam perekrutan anggota yang dilakukan yakni mengandalkan daya tarik yang berlebihan kepada calon anggotanya, selain itu dalam pemasaran produknya agen melakukan penjualan produk dengan harga yang mahal 2-3x lipat dari hari umum berdasarkan contoh kualitas produk yang besar-besaran melalui testimonial yang belum jelas kebenarannya. Jadi, hal tersebut perlu di teliti kejelasannya apakah sesuai atau tidak dengan ketentuan fatwa DSN MUI No: 75/DSN-MUI/VII/2009 poin 8 tentang Ighra' dan poin 10 tentang *Excessive Mark Up*.

Rumusan masalah dalam penelitian ini ialah Bagaimana tinjauan fatwa DSN MUI terhadap Ighra' sistem *marketing network* PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) di wilayah Ponorogo, Bagaimana tinjauan fatwa DSN MUI terhadap *Excessive Mark Up* sistem *marketing network* PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) di wilayah Ponorogo.

Jenis penelitian yang dilakukan penulis merupakan penelitian lapangan yang menggunakan metode kualitatif, sedangkan teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis yang digunakan menggunakan metode induktif, yaitu metode yang menekankan pada pengamatan dahulu lalu menarik kesimpulan berdasarkan pengamatan tersebut.

Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan Ighra' PT HPAI di wilayah Ponorogo belum sesuai dengan ketentuan Fatwa DSN MUI No: 75/DSN-MUI/VII/2009, karna anggota HPAI dalam merekrut anggota menggunakan daya tarik yang berlebihan dengan memberikan janji muluk berupa hadiah,bonus dan pendapatan yang besar dalam waktu singkat. Pelaksanaan *Excessive mark up* sistem *Marketing Network* PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) di wilayah Ponorogo belum sesuai dengan ketentuan Fatwa DSN MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009, karena agen maupun member menjual produk dengan harga mahal yang tidak sesuai/sepadan dengan kualitas yang diperoleh customer.

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi atas nama saudara:

Nama : Renita
NIM : 210214135
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
Judul : Tinjauan Fatwa DSN-MUI Terhadap Sistem *Marketing Network* PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) Di Wilayah Ponorogo.

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian *munaqosah*.

Ponorogo, 07 Mei 2019

Mengetahui

Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah

(Muamalah)

Menyetujui,

Pembimbing



Hj. Atik Abidah, M.S.I

NIP. 197605082000032001

Hj. Atik Abidah, M.S.I

NIP.197605082000032001



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO

PENGESAHAN

Skripsi atas nama saudara :

Nama : Renita
Nim : 210214135
Jurusan : Hukum Ekonom Syariah (Muamalah)
Judul : Tinjauan Fatwa DSN MUI Terhadap Sistem *Marketing Network* PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) Di Wilayah Ponorogo



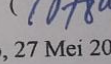
Skripsi ini telah dipertahankan pada sidang Munaqasah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo pada :

Hari : Jum'at
Tanggal : 24 Mei 2019

Dan telah diterima sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Syariah pada :

Hari : Senin
Tanggal : 27 Mei 2019

Tim Penguji :

1. Ketua Sidang : Rifah Roihanah, S.H, M.Kn. ()
2. Penguji : Drs. H. Achmad Rodli Makmun, M.Ag ()
3. Sekretaris : Hj. Atik Abidah, M.S.I ()

Ponorogo, 27 Mei 2019

Mengesahkan
Dekan Fakultas Syariah

Dr. H. Moh. Munir, Lc., M.Ag.
NIP. 196807051999031001

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang Bertanda tangan di bawah ini:

Nama : RENITA

NIM : 210214135

Fakultas : SYARIAH

Program Studi : HUKUM EKONOMI SYARIAH

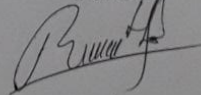
Judul Skripsi/Tesis : TINJAUAN FATWA DSN MUI TERHADAP SISTEM
MARKETING NETWORK PT HERBA PEMAWAR
ALWAHIDA INDONESIA (HPAI) DI WILAYAH PONOROGO

Menyatakan bahwa naskah skripsi / tesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 28 Mei 2019

Penulis



RENITA.

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Renita

Nim : 210214135

Fakultas : Syariah

Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

Judul : Tinjauan Fatwa DSN MUI Terhadap Sistem *Marketing Network* PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) Di Wilayah Ponorogo.

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pemikiran saya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Ponorogo, 27 Mei 2019

Peneliti



Renita

NIM. 210214135

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam muncul sebagai sumber kekuatan yang baru pada abad ke-7 Masehi, menyusul runtuhnya kekaisaran Romawi. Kemunculan itu ditandai dengan berkembangnya peradaban baru yang sangat mengagumkan. kebudayaan, ilmu pengetahuan, dan teknologi serta kehidupan sosial lainnya termasuk ekonomi berkembang secara menakjubkan.¹ perekonomian adalah bagian dari kehidupan manusia, maka tentulah hal ini ada dalam sumber yang mutlak yaitu Al-Qur'an dan As-Sunah, yang menjadi panduan dalam menjalani kehidupan. Kedudukan sumber yang mutlak ini menjadikan Islam sebagai suatu agama yang istimewa dibandingkan dengan agama yang lain sehingga dalam membahas perspektif ekonomi islam segalanya bermuara pada akidah Islam. Firman Allah SWT dalam QS. An-Najm: 31 :

وَلِلَّهِ مَا فِي السَّمَاوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ لِيَجْزِيَ الَّذِينَ أَسَاءُوا بِمَا
عَمِلُوا وَيَجْزِيَ الَّذِينَ أَحْسَنُوا بِالْحَسَنَى

“Dan hanya kepunyaan Allahlah apa yang ada di langit dan apa yang ada di bumi supaya Dia memberi balasan kepada orang-orang yang berbuat jahat terhadap apa yang telah mereka kerjakan dan memberi

¹ Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan eksklusif Ekonomi Islam* (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2007), 1.

balasan kepada orang-orang yang berbuat baik dengan pahala yang lebih baik (Surga).”²

Ekonomi syariah dalam persi undang-undang No.3 tahun 2006 tentang perubahan atas undang-undang No. 7 tahun 1989 tentang peradilan agama, ekonomi syariah merupakan perbuatan dan atau kegiatan usaha yang dilaksanakan menurut prinsip syariah, antara lain meliputi; bank syariah, lembaga keuangan mikro syariah, asuransi syariah, reasuransi syariah, reksadana syariah, obligasi syariah dan surat berharga berjangka menengah syariah, sekuritas syariah, pembiayaan syariah, penggadaian syariah, dana pensiun lembaga keuangan syariah dan bisnis syariah. Ekonomi syariah yang merupakan bagian dari sistem perekonomian syariah, memiliki karakteristik dan nilai-nilai yang berfokus kepada amar ma'ruf nahi mungkar yang berarti mengerjakan yang benar dan meninggalkan yang dilarang. Ekonomi syariah dapat dilihat dari empat sudut pandang yaitu ekonomi illahiyah (ke-Tuhan-an), ekonomi akhlak, ekonomi kemanusiaan dan ekonomi keseimbangan.³

Manusia adalah makhluk sosial, yakni tidak dapat hidup sendiri dan selalu membutuhkan orang lain dalam hal bermuamalah. Muamalah dapat dilihat dari dua segi, pertama dari bahasa dan kedua dari segi istilah. Menurut bahasa artinya saling bertindak, saling berbuat dan saling mengamalkan. Menurut istilah pengertian muamalah adalah

²Nurul Huda, *Ekonomi Makro Islam : Pendekatan Teoritis* (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2008), 3.

³Zainudin, *Hukum Ekonomi Syariah* (Jakarta : Sinar Grafika, 2009), 2.

aturan hukum Allah yang mengatur hubungan manusia dengan cara memperoleh dan mengembangkan harta benda.⁴

Salah satu bentuk muamalah yang dilakukan manusia adalah jual beli. secara etimologi, jual beli berarti *al-mubadalah* (saling tukar menukar/*barter*).⁵ Sedangkan secara terminologi atau istilah adalah tukar menukar harta dengan harta, biasanya berupa barang dengan uang yang dilakukan secara suka sama suka dengan akad tertentu dengan tujuan untuk memiliki barang tersebut. Objek jual beli berupa barang yang diperjualbelikan dan uang pengganti barang tersebut. Suka sama suka merupakan kunci dari transaksi jual beli, karena tanpa adanya kesukarelaan dari masing-masing pihak, maka jual beli tidak sah. Allah SWT berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا

أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ

كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan pperniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (QS. An-Nisa' : 29)⁶

Dalam jual beli terdapat rukun dan syarat jual beli, rukun jual beli menurut ulama Hanafiyah adalah *ijab* dan *qabul* yang menunjukkan

⁴Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2002), 01.

⁵Mardani, *Hukum Sistem Ekonomi Islam* (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2015), 167.

⁶Imam Mustofa, *Fiqh Muamalah Kontemporer* (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2016), 22-23.

pertukaran barang secara rida, baik dengan ucapan maupun perbuatan. Sedangkan menurut Jumhur ulama ada empat yaitu, *bai'* (penjual), *Mustari* (pembeli), *shighat* (ijab dan qabul), *ma'qud'alaih* (benda atau barang).

Syarat jual beli menurut ulama Hanafiyah ada empat macam syarat yaitu, *pertama*, syarat terjadinya akad (*In'iqad*) adalah syarat-syarat yang telah ditetapkan oleh syara' yaitu syarat aqid (orang yang berakad), syarat dalam akad, tempat akad dan objek akad. *Kedua*, syarat pelaksanaan akad (nafadz) yaitu benda dimiliki aqid dan pada benda tidak terdapat milik orang lain tidak boleh menjual barang sewaan atau barang gadai, sebab barang tersebut bukan miliknya sendiri, kecuali kalau diizinkan oleh pemilik sebenarnya, yakni jual beli yang ditangguhkan (*mauquf*). ⁷*ketiga*, syarat sah akad yaitu harus terhindar kecacatan jual beli, yaitu ketidakjelasan, keterpaksaan, pembatasan dengan waktu (*tauqid*), penipuan (*gharar*), kemadaratan, dan persyaratan yang merusak lainnya. *keempat*, syarat Lujum (kemestian) yaitu akad jual beli harus terlepas atau terbebas dari khiyar (pilihan) yang berkaitan dengan kedua pihak yang akad dan akan menyebabkan batalnya akad. ⁸

Salah satu bentuk jual beli yang sangat marak saat ini adalah jual beli dengan sistem Multi Level Marketing (MLM). Multi Level Marketing adalah salah satu bentuk kerja sama di bidang

⁷Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah* (Bandung : CV Pustaka Setia, 2001), 76-79.

⁸*Ibid*, 80.

perdagangan/pemasaran suatu produk/jasa yang dengan sistem ini diberikan kepada setiap orang kesempatan untuk mempunyai dan menjalankan usaha sendiri. Kepada setiap orang yang bergabung dapat mengkonsumsi produk dengan potongan harga serta sekaligus dapat menjalankan kegiatan usahanya sendiri dengan cara menjual produk/jasa dan mengajak orang lain untuk ikut bergabung dalam kelompoknya. Setiap orang yang berhasil diajak dan bergabung dalam kelompoknya akan memberikan manfaat dan keuntungan kepada yang mengajaknya, lazimnya dengan memakai sistem persentase atau bonus.⁹

Multi Level Marketing atau *Direct Selling* merupakan penyaluran model pertama yaitu dari produsen langsung ke konsumen, melalui distributor person-person anggota MLM dan ini merupakan fungsi saluran distribusi yang berlaku di dunia marketing dalam bisnis. Bisnis model penyaluran seperti ini pula disebut sebagai "*Selling door to door*", yaitu penjualan yang dilakukan oleh produsen langsung ke konsumen dengan mengerahkan salesmennya ke rumah-rumah atau ke kantor-kantor konsumen. Pada dasarnya berbisnis dengan metode ini boleh-boleh saja karena hukum asal muamalah itu itu al-ibaahah (boleh) selama tidak ada dalil yang melarangnya. Meski demikian bukan berarti tidak ada rambu-rambu yang mengaturnya. Namun pada praktiknya masih sering terdapat berbagai penyimpangan dari aturan syariah.

⁹Suhrawardi K.Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, Cet. 2 (Jakarta : Sinar Grafika, 2000), 170.

Kontroversi MLM apakah boleh (halal) atau haram (tidak boleh) dalam bisnis pemasaran produk belakang ini memang sempat hangat. Tarik menarik antara yang pro plus kalangan yang menjalankan (menjadi agen) dan yang kontra telah mengisi lembaran perbisnisan nasional. Hingga akhirnya muncul suatu bisnis pemasaran baru, yaitu syari'ah marketing (pemasaran syari'ah).¹⁰ Pemasaran syariah adalah strategi bisnis, yang harus memayungi seluruh aktivitas dalam sebuah perusahaan, meliputi seluruh proses, menciptakan, menawarkan, pertukaran nilai, dari seorang produsen, atau satu perusahaan, atau perorangan, yang sesuai dengan ajaran islam.¹¹

Ada beberapa hal yang harus diperhatikan sebagai etika dalam pemasaran menurut islam, yaitu *pertama*, memiliki kepribadian yang baik dan spiritual (takwa) sehingga dalam melakukan pemasaran tidak semata-mata untuk kepentingan sendiri melainkan juga untuk menolong sesama. *Kedua*, berlaku adil dalam berbisnis (*'adl*). *Ketiga*, berkepribadian baik dan simpatik serta menghargai hak orang lain akan membuat orang lain bahagia dan senang. *Keempat*, melayani nasabah dengan rendah hati (*khidmah*). *Kelima*, selalu menepati janji dan tidak curang dalam pemasaran termasuk dalam penentuan kualitas dan kuantitas barang dan jasa. *Keenam*, jujur dan terpercaya (*amanah*), tidak menukar barang yang baik dengan yang buruk. *Ketujuh*, tidak suka

¹⁰Abdul Aziz, Mariyah Ulfa, *Kapita Selekta Ekonomi Islam* (Bandung: Alfabeta, 2010), 123-126.

¹¹Buchari Alma, Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung : Alfabeta, 2014), 343.

berburuk sangka dan tidak suka menjelek-jelekan barang dagangan atau milik orang lain. *Kedelapan*, tidak melakukan suap (*riswayah*). *Kesembilan*, segala bentuk aktivitas ekonomi, termasuk aktivitas pemasaran, harus memberikan manfaat kepada banyak pihak tidak hanya untuk individu atau kelompok tertentu saja. *Kesepuluh*, saling bekerja sama dengan tujuan dapat saling memberikan manfaat menuju kesejahteraan bersama.¹²

Salah satu perusahaan yang menerapkan bisnis dengan sistem Multi Level Marketing syari'ah ialah perusahaan Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI). Pusat PT HPAI berada di Jakarta, sesuai dengan akta pendirian PT ini didirikan di Indonesia pada tanggal 19 Maret 2012. Meskipun perusahaan ini menjual produk-produk halal namun tetap memakai konsep jaringan untuk memasarkan produknya yang mirip dengan MLM. namun perusahaanya lebih sering menyebutnya dengan sistem keagenan. Bagi PT.HPAI konsep strategi pemasaran merupakan suatu hal yang sangat penting, dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk. Produk yang ditawarkan adalah produk-produk herbal yakni seperti produk keseharian, produk kesehatan dan produk kecantikan.

Dalam pemasarannya PT HPAI mendirikan agen stok untuk memaksimalkan penjualan produk-produknya. Agen stok tersebut terbagi menjadi beberapa level, seperti Stokis (STK) adalah agen HPAI

¹²Idri, Ekonomi dalam Perpektif Hadis Nabi (Jakarta : Prenada Media Group, 2015), 281-285.

yang berpangkat minimal Manager, Pusat Stokis Daerah (PSD) adalah agen HPAI yang berpangkat minimal senior manager, Pusat Agency (PA) adalah agen HPAI yang berpangkat minimal Excecutive Director.¹³ Dalam memasarkan produknya, PT HPAI bekerja sama dengan para anggota (member) dan biasanya mereka melakukan presentasi (promosi) kepada masyarakat agar masyarakat tahu apa saja produk dari PT. HPAI tersebut.

Pada PT HPAI yang berada di wilayah Ponorogo ini terdapat beberapa agen stokis, dalam memasarkan produk HPAI agen melakukan penjualan sekaligus melakukan perekrutan anggota baru. Strategi perekrutan anggota yang dilakukan yakni mengandalkan daya tarik yang berlebihan kepada calon anggotanya, yakni pada saat presentasi mereka memberikan janji-janji manis atau iming-iming yang memberikan gambaran yang sangat jauh dari kenyataannya. Yaitu seperti menjanjikan kualitas hidup sempurna jika bergabung dalam bisnis tersebut, bisa membeli banyak rumah mewah, bisa mendapat penghasilan 20 juta per bulan, bisa touring keliling dunia dan berbagai macam bonus yang tinggi, walau kenyataannya para member maupun para agen tersebut bahkan mencukupi kebutuhan hidup dari hasil bisnis tersebut saja belum bisa dan mereka pun masih belum bisa mendapatkan yang dijanjikan itu, bukankah tindakan yang berlebihan itu dilarang, melihat dari aturan syariah yakni dalam ketentuan

¹³Panduan Sukses HPAI. Produk Halal Tanggung Jawab Bersama(Jakarta: PT HPAI,2016)

fatwa DSN MUI No 75 tahun 2009 sudah di sebutkan pada poin 8 bahwa : “ *Ighra’ adalah daya tarik luar biasa yang menyebabkan orang lalai terhadap kewajibannya demi melakukan hal-hal atau transaksi dalam rangka memperoleh bonus atau komisi yang dijanjikan* ”.¹⁴

Setiap calon anggota HPAI atau calon agen baru minimal harus mendaftar dengan biaya minimal 5 juta, jumlah yang sangat besar bagi anggota baru. Selain itu, harga produk yang ditetapkan sangat mahal bahkan 2x lipat dari harga umum melihat hasil dari pemakaian atau mengonsumsi produk tersebut biasa saja, harga yang tinggi di bumbu dengan overclaim atau contoh kualitas produk yang menjanjikan. Dimana agen maupun member menawarkan produk dengan kemampuan dan keampuhan yang besar-besaran dengan modal testimonial saja tanpa di cek kebenarannya, sedangkan DSN MUI menetapkan tidak boleh melakukan *mark up* harga. Adapun bunyinya pada poin 10 fatwa DSN MUI No 75 tahun 2009 ialah : “ *Excessive Mark Up adalah batas marjin laba yang berlebihan yang dikaitkan dengan hal-hal lain diluar biaya* ”.¹⁵

Meskipun perusahaan ini menjual produk-produk halal namun tetap memakai konsep jaringan untuk memasarkan produknya yang mirip dengan MLM sehingga perlu dikaji untuk mengetahui apakah dalam praktiknya sesuai dengan ketentuan syar’i dan fatwa DSN-MUI ataukah belum sesuai.

¹⁴Fatwa DSN MUI No.75 /DSN-MUI/VII /2009

¹⁵Ibid,

Berdasarkan penjelasan dan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penyusunan skripsi dengan judul, “ Tinjauan Fatwa DSN-MUI Terhadap Sistem *Marketing Network* PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) Di Wilayah Ponorogo.”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, dapat diambil beberapa rumusan masalah yang diantaranya :

1. Bagaimana Tinjauan Fatwa DSN-MUI Terhadap Ighra’ Sistem *Marketing Network* PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) Di Wilayah Ponorogo?
2. Bagaimana Tinjauan Fatwa DSN-MUI Terhadap *Excessive Mark Up* Sistem *Marketing Network* PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) Di Wilayah Ponorogo?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui Bagaimana Tinjauan Fatwa DSN-MUI Terhadap Ighra’ Sistem *Marketing Network* PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) Di Wilayah Ponorogo
2. Untuk Mengetahui Bagaimana Tinjauan Fatwa DSN-MUI Terhadap *Excessive Mark Up* Sistem *Marketing Network* PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) Di Wilayah Ponorogo

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi kepada seluruh masyarakat muslim baik segi teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan atau dasar teoritis oleh peneliti berikutnya dalam melakukan pembahasan mengenai masalah yang sejenis dan untuk memperkaya khasanah ilmiah.

2. Praktis

- a. Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai masukan bagi para pelaku usaha dengan basis *network marketing* khususnya pada agency produk HPAI yang berada di Ponorogo.
- b. Penelitian ini juga diharapkan bermanfaat bagi masyarakat pada umumnya yang menjalankan bisnis serupa dengan HPAI, dapat dijadikan bahan rujukan supaya dapat menjalankan bisnis berbasis jaringan sesuai dengan prinsip-prinsip islam.

E. Telaah Pustaka

Telaah pustaka ini bertujuan untuk mencari data yang tersedia dalam penelitian terdahulu yang berkaitan dengan permasalahan yang dikaji dalam skripsi ini.

Skripsi yang di tulis oleh Khabib Muta'ali tahun yang berjudul "Analisis Hukum Islam terhadap praktik MLM stokis herba penawar alwahida indonesia (HPAI) Kurnia Ponorogo", yang diteliti dalam analisis ini adalah bagaimana sistem bonus dan penetapan harga produk oleh stokis HPAI Kurnia Ponorogo. Hasil dari penelitian ini aialah

praktik sistem bonus dalam stokis HPAI kurnia Ponorogo menurut fatwa dsn mui telah memenuhi syarat dan kriteria dibuktikan dengan terpenuhinya klasifikasi bahwa bonus yang diberikan berdasarkan kerja nyata, transparansi yang jelas, tidak adanya eksploitasi dalam pelaksanaan prosedur pembagian bonus. Dalam penetapan harga menurut hukum islam hukumnya dibolehkan karena member secara otomatis menjalankan fungsi perusahaan, tidak ada unsur gharar atau penipuan.¹⁶

Skripsi yang ditulis oleh Debi Yunita Sari tahun 2017 yang berjudul “Implementasi Fatwa DSN MUI No 83/DSN MUI/VI/2012 tentang penjualan langsung berjenjang syariah (PLBS) jasa perjalanan umrah di PT Arminareka Perdana Cabang Ponorogo”. Skripsi ini membahas tentang bagaimana implementasi fatwa DSN-MUI No.83/DSN-MUI/VI/2012 terhadap pelaksanaan akad *Al-Ijrah Al-Maw fahfi Al-dhimah*, pemberian komisi kepada anggota/mitra, penggunaan komisi oleh anggota/mitra, anggota yang wanprestasi di PT. Arminareka Perdana Cabang Ponorogo. Adapun kesimpulannya yaitu pelaksanaan akad di PT Arminareka Perdana Cabang Ponorogo sudah sesuai fatwa DSN MUI No 83/DSN MUI/VI/2012 dengan diterapkannya akad *Al-ijrah Al-maw fah fi al-dhimmah* antara perusahaan dengan jamaah dalam hal jual beli jasa atau manfaat perjalanan umrah, dan pemberian komisi kepada anggota yang dipraktikan di PT Arminareka Perdana Cabang Ponorogo sepenuhnya belum sesuai dengan ketentuan fatwa DSN MUI

¹⁶Khabib Muta'ali, Analisis Hukum Islam Terhadap Praktek Bisnis MLM Stokis HPAI Kurnia Ponorogo, *skripsi* (Ponorogo'IAIN Ponorogo,2016)

No 83/DSN MUI/VI/2012 karena pemberlakuan sistem pemberian komisinya merupakan praktik pembagian komisi secara pasif, praktek penggunaan komisi oleh anggota di PT Arminareka Perdana Cabang Ponorogo ada sebagian sudah sesuai dan ada sebagian perwakilan PT Arminareka Perdana Cabang Ponorogo yang praktik penggunaan komisinya belum sesuai dengan ketentuan fatwa DSN MUI No 83/DSN MUI/VI/2012, ketentuan bagi anggota wanprestasi belum sesuai dengan ketentuan fatwa DSN MUI No 83/DSN MUI/VI/2012 karena uang muka yang telah dibayarkan oleh anggota yang wanprestasi tidak dikembalikan lagi kepada anggota meskipun atas sebab dan alasan apapun.¹⁷

Skripsi yang ditulis oleh Ulfa Fadhilah Afarat tahun 2018 dengan judul “Analisis fatwa DSN MUI No 75 tahun 2009 tentang penjualan langsung berjenjang syariah (PLBS) terhadap jual beli pulsa melalui Duta Network Indonesia (DNI) Madiun”. Skripsi ini membahas tentang bagaimana analisis fatwa DSN-MUI terhadap akad dan komisi serta bonus dalam transaksi jual beli pulsa melalui Duta Network Indonesia (DNI) Madiun. Hasil penelitian ini adalah pelaksanaan akad penjualan langsung berjenjang syariah (PLBS) MLM DNI di Madiun telah sesuai akad yang telah ditetapkan oleh DSN MUI dimana akad yang digunakan dalam PLBS adalah akad *bai' murabahah*, akad *wakalah bil ujarah*, akad *jualah*, akad *ijarah*, pemberian komisi kepada anggota

¹⁷Debi Yunita Sari, Implementasi Fatwa DSN MUI No 83/DSN MUI/VI/2012 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) Jasa Perjalanan Umrah Di PT Arminareka Perdana Cabang Ponorogo, *Skripsi* (Ponorogo:IAIN Ponorogo,2017)

MLM DNI di Madiun telah sesuai dengan ketentuan fatwa DSN MUI No. 75/DSN MUI/VII/2009 tentang PLBS akan tetapi dalam pemberian bonus yang dilakukan oleh DNI belum sesuai dengan ketentuan fatwa DSN MUI.¹⁸

Ada perbedaan yang mendasar dari karya-karya tersebut dengan skripsi ini, adapun karya di atas membahas tentang akad, penetapan harga, pemberian komisi, dan bonus. Sedangkan dalam penelitian ini penulis menitik beratkan pada sistem *marketing network*, yaitu tentang Ighra' dan *Excessive Mark Up*.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian lapangan merupakan penelitian kualitatif dimana peneliti mengamati dan berpartisipasi secara langsung dalam penelitian skala sosial kecil dan mengamati budaya setempat. Pendekatan kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.¹⁹

2. Kehadiran Peneliti

¹⁸Ulfa Fadhilah Afarat, Analisis Fatwa DSN MUI No.75 tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) Terhadap Jual Beli Pulsa Melalui Duta Network Indonesia (DNI) Madiun, *Skripsi* (Ponorogo:IAIN Ponorogo,2018)

¹⁹Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta : Rineka Cipta, 2008),

Pada penelitian ini peneliti akan hadir di lokasi praktik bisnis sistem *Marketing Network* dengan melakukan wawancara kepada Agen Stokis produk HPAI di wilayah Ponorogo.

3. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di lokasi penelitian yaitu, ada beberapa agen yang melakukan bisnis dengan sistem *Marketing Network* di wilayah ponorogo, yaitu di

1. HPAI Mafa, Dukuh Sanggrong Desa Kunti, Sampung Ponorogo.
2. HPAI Nuraeni, Jl. Terusan Grisimai, Blok C, Perumahan Grisimai, Sedudo, Mangunsuman, Siman, Ponorogo.
3. HPAI Linda, Jl. Hasanudin No. 9 Kadipaten Babadan Ponorogo

Alasan peneliti memilih lokasi ini karena, terdapat kesesuaian dengan topik peneliti pilih dan mudah dijangkau saat melakukan penelitian.

4. Data dan Sumber Data

a. Data

Adapun data-data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Data tentang mekanisme MLM di bisnis HPAI di wilayah Ponorogo

2) Data tentang Ighra' dan *Excessive Mark Up* sistem *marketingnetwork* PT HPAI di wilayah Ponorogo yang dianalisis dengan Fatwa DSN MUI No. 75/DSN-MUIVII/2009.

b. Sumber data

Sumber data utama yang digunakan dalam penelitian ini ialah kata-kata, dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.²⁰ Sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua kelompok yaitu :

a. Data primer

Data primer pada skripsi ini adalah hasil wawancara kepada para pemilik Agen stokis produk HPAI yang melakukan bisnis dengan sistem Marketing Network di wilayah Ponorogo.

b. Data sekunder

Data sekunder pada skripsi ini adalah seluruh literatur yang berhubungan dengan sistem MLM secara umum atau literatur lain yang dapat ditambahkan pada judul ini yaitu buku, jurnal dan lain sebagainya. Data yang diperoleh selanjutnya dirumuskan bentuk catatan lapangan pengamatan.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

²⁰Lexy j. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2000), 112.

Observasi merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang mengharuskan peneliti turun ke lapangan mengamati hal-hal yang berkaitan dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan benda-benda, waktu, peristiwa, tujuan, dan perasaan.²¹ Peneliti terjun langsung ke lapangan untuk melakukan pengamatan transaksi bisnis dengan sistem *Marketing Network* produk HPAI di wilayah Ponorogo untuk mendapatkan data yang diperlukan.

b. Wawancara

Wawancara adalah proses percakapan dengan maksud untuk mengkonstruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, motivasi, perasaan dan sebagainya, yang dilakukan dua pihak, yaitu pewawancara (*interview*) yang mengajukan pertanyaan dengan yang diwawancarai (*interviewee*).²² Wawancara merupakan komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seseorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu. Wawancara dilakukan kepada pihak yang terkait langsung dalam persolan transaksi bisnis dengan sistem *Marketing Network* di wilayah Ponorogo.

c. Dokumentasi

²¹Djunaidi Ghoni dan Fauzan Almashur, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jogjakarta : Ar-Ruzz Media, 2012), 165.

²²Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2004), 108

Dokumentasi adalah setiap proses pembuktian yang didasarkan atas jenis sumber apapun, baik itu yang bersifat tulisan, gambaran, atau arkeologis.²³ Dalam hal ini penulis mengumpulkan dokumentasi untuk melengkapi data-data yang berkaitan dengan bisnis HPAI seperti Buku Panduan Sukses HPAI, Buku Peraturan Keagenan maupun data-data kearsipan di Agency produk HPAI di wilayah Ponorogo.

6. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini akan menggunakan analisis data kualitatif yang bersifat membangun, mengembangkan dan menemukan teori-teori sosial. Analisis data bermaksud untuk mengorganisasikan data, data yang terkumpul terdiri dari catatan lapangan, komentar peneliti, gambaran, foto, dokumen, laporan, biografi, artikel dan sebagainya.²⁴

Seluruh data penelitian yang telah dikumpulkan dianalisa secara kualitatif dengan cara menggambarkan masalah secara jelas. Peneliti mengumpulkan informasi dari Agen stokis HPAI di wilayah Ponorogo.

7. Pengecekan Keabsahan

Dalam penelitian kualitatif, instrumennya tidak mungkin diuji keabsahannya karena instrumen pengumpul data yang utama adalah

²³Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, Cet.Ke-2, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), 175

²⁴Afifuddin dan Beni Ahmad Saebandi, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung : CV Pustaka Setia , 2009), 145.

peneliti sendiri. Karena itu yang di uji keabsahannya adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti. Ada beberapa cara yang dikembangkan untuk pemeriksaan keabsahan data, yaitu perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan pengamatan, triangulasi, pengecekan teman sejawat, pengecekan anggota, analisis kasus negatif, kecukupan referensial.²⁵

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan bertujuan untuk memperjelas dari masing-masing bab secara sistematis agar tidak terjadi kesalahan dalam penyusunannya. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Bab I, dalam bab ini berisi mengenai penjelasan secara umum dan gambaran tentang isi skripsi diantaranya berisi tentang: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, telaah pustaka, metode penelitian dan sistematika penelitian.

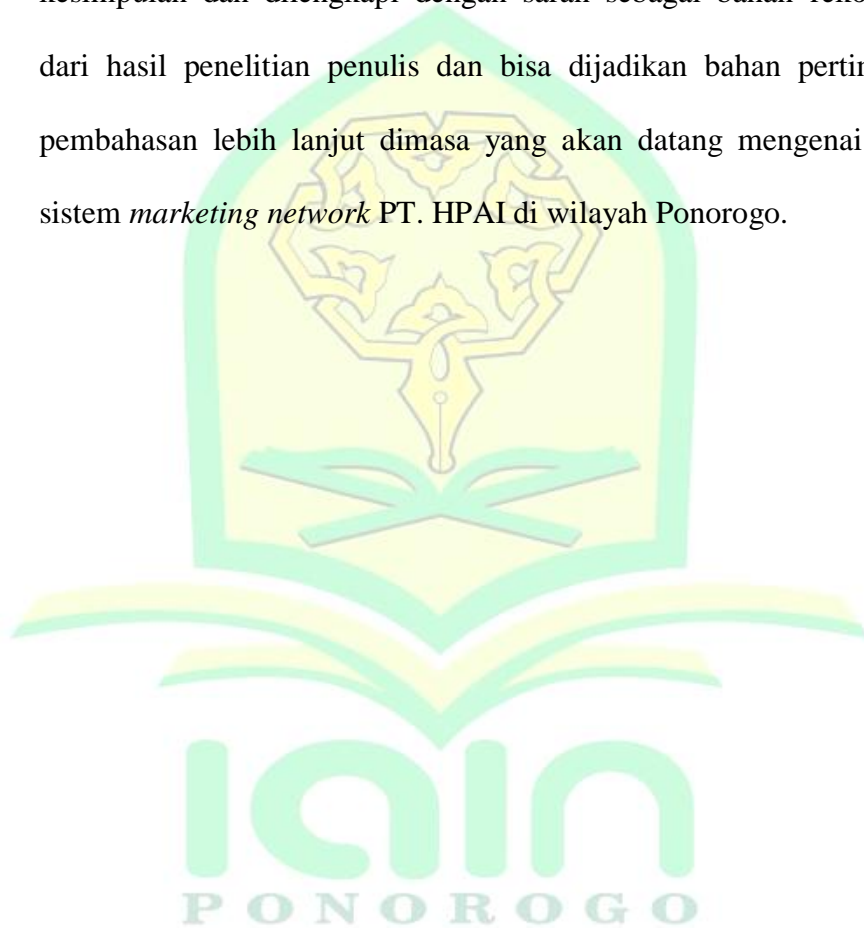
Bab II, pada bab ini landasan teori, yang merupakan pijakan selanjutnya yang digunakan untuk menganalisis data di dalam laporan penelitian adalah Fatwa DSN-MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah.

Bab III, berisi tentang pemaparan data tentang Ighra' sistem *marketing network* PT HPAI di wilayah Ponorogo dan *Excessive Mark Up* sistem *marketing network* PT HPAI di wilayah Ponorogo.

²⁵Nusa Putera, *Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), 106.

Bab IV, berisi tentang analisis tinjauan Fatwa DSN-MUI terhadap Ighra' sistem *Marketing Network* PT. HPAI di wilayah Ponorogo dan analisis tinjauan Fatwa DSN-MUI terhadap *Excessive Mark Up* sistem *marketing network* PT. HPAI di wilayah Ponorogo.

Bab V, adalah penutup. Bab ini merupakan bab yang berisi kesimpulan dan dilengkapi dengan saran sebagai bahan rekomendasi dari hasil penelitian penulis dan bisa dijadikan bahan pertimbangan pembahasan lebih lanjut dimasa yang akan datang mengenai praktek sistem *marketing network* PT. HPAI di wilayah Ponorogo.



BAB II
FATWA DSN-MUI NO.75/DSN-MUI/VII/2009 TENTANG
PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH

A. Fatwa DSN-MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah

1. Latar Belakang Fatwa MUI tentang Pedoman Penjualan langsung Berjenjang Syariah

Sering munculnya kontroversi di kalangan pelaku *marketing* dan masyarakat pada bisnis dengan sistem Penjualan Langsung Berjenjang ini adalah adanya dugaan *money game* sehingga berujung pada pertanyaan apakah bisnis sesuai syariah? Selain itu adanya pengajuan dari perusahaan yang beroperasi dengan sistem Penjualan Langsung Berjenjang kepada DSN MUI menjadi landasan dalam membuat ketentuan-ketentuan syariah mengenai Penjualan Langsung Berjenjang.

Salah satu cara untuk menghilangkan kontroversi dan mengetahui apakah sebuah bisnis Penjualan Langsung Berjenjang di Indonesia sudah sesuai atau belum adalah dengan adanya sertifikasi dari Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) yakni Fatwa DSN MUI No.75/DSN MUI/VII/2009.²⁶

2. Dasar hukum dan dalil

²⁶Mirawati Susanto Putri, “Pelaksanaan Fatwa DSN MUI No.75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah Pada Sistem Penjualan Langsung Berjenjang Di PT.Natural Nusantara Yogyakarta,”*Skripsi* (Surakarta : IAIN Surakarta, 2018), 21.

Dalam penetapannya, fatwa DSN-MUI nomoor 75/DSN-MUI/VII/2009 mengenai pedoman penjualan langsung berjenjang syariah atau biasa disebut Multi Level Marketing (MLM) yang menjadi dasar pertimbangan hukum DSN-MUI adalah :

a. Alqur'an

- 1) QS. An-Nisa (4): 29
- 2) QS. Al-Maidah (5): 1
- 3) QS. Al-Muthaffifin (83): 1-3
- 4) QS. Al-Baqarah (2) :198
- 5) QS. Al-Baqarah (2): 275
- 6) QS. Al-Baqarah (2) :279
- 7) QS. Al-Maidah (5) : 90²⁷

b. Al-Hadith

- 1) Hadith Nabi saw riwayat aq-Tirmidzi dan Ibn Majah dan 'Amr bin 'Auf al-Muzani, Nabi saw bersabda :

“Perjanjian boleh dilakukan diantara kaum muslimin kecuali perjanjian yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram; dan kaum muslimin terikat dengan syarat-syarat mereka kecuali syarat yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram.”

- 2) Hadith Nabi riwayat Imam Ibnu Majah, al-Daruquthni, dan yang lain, dari Abu Sa'id al-khudri, Nabi saw bersabda :

²⁷Mardani, *Hukum Perikatan Syariah Di Indonesia* (Jakarta : Sinar Grafika, 2013),210.

“Tidak boleh membahayakan (merugikan) diri sendiri maupun orang lain.”

- 3) Hadith Qudsi riwayat Abu Daud dari Abu Hurairah, Rasulullah saw bersabda :

“Allah swt berfirman, “Aku adalah pihak ketiga dari dua orang yang berserikat selama satu pihak tidak mengkhianati pihak yang lain. Jika salah satu pihak telah berkhianat, Aku keluar dari mereka.”

- 4) Hadith Nabi : *“Nabi saw melarang jual beli dengan cara melempar batu dan jual beli gharar “(HR. Khomsah dari Abu Hurairah).*

- 5) Hadith Nabi :(HR. Imam Muslim dari Abu Hurairah).

- 6) Hadith Nabi : *“Nabi saw melarang (penggunaan) uang dari penjualan anjing, uang hasil pelacuran dan uang yang diberikan kepada paranormal.” (Muttafaq’alaih).²⁸*

- 7) Hadith Nabi : *“Sesungguhnya Allah dan Rasul-Nyamengharamkan jual beli khamar, bangkai, babi, dan patung-patung. Rasulullah saw ditanya, “Wahai Rasulullah, tahukah anda tentang lemak bangkai, ia dipakai untuk mengecat kapal-kapal, untuk meminyaki kulit-kulit dan dipakai untuk penerangan (lampu) oleh orang banyak ? Nabi saw kemudian berkata lagi, Allah memerangi orang-orang Yahudi*

²⁸Ibid, 211.

karena ketika Allah mengharamkan lemak bangkai kepada mereka, mereka mencairkannya dan menjualnya, kemudian mereka memakai hasil penjualannya”. (Muttafaq’alaih).

- 8) Hadith Nabi : *“Allah melaknat pemberi dan penerima risywah”.* (HR. Ahmad dan Tirmidzi).²⁹

3. Fatwa dan keputusan

Dunia semakin maju, teknologi semakin canggih dan sistem perdagangan pun semakin banyak dan beraneka ragam. Salah satu bentuk *trend* bisnis yang saat ini menjamur di masyarakat adalah sistem penjualan berjenjang atau yang lebih dikenal dengan istilah *Multi Level Marketing*. Sistem *Multi Level Marketing* menghendaki konsumennya untuk melakukan penjualan barang kepada konsumen lain dan merekrut konsumen lain untuk ikut sebagai tenaga pemasaran dalam suatu jaringan kerja.

Namun karena mudahnya mencari keuntungan dalam bisnis model ini banyak orang yang meragukan kehalalan sistemnya, dan tidak sedikit yang menganggapnya sebagai bisnis yang haram. Pemerintah melalui Majelis Ulama Indonesia (MUI) telah membentuk Dewan Syariah Nasional (DSN) pada tahun 1999. Dalam informasi yang diperoleh pada tanggal 21 Juni 2006, Dewan Syariah Nasional (DSN) atau *Al- Hai’ah Al-Syar’iyah Al-Wathaniyah* atau *National Sharia Board* adalah sebuah institusi di bawah Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang dibentuk pada

²⁹Ibid, 212.

awal tahun 1999³⁰ yang bertugas menangani masalah-masalah yang berkaitan dengan ekonomi syariah, baik yang berhubungan langsung dengan lembaga keuangan syariah ataupun lainnya.

Pendirian DSN-MUI dimaksudkan sebagai usaha untuk efisiensi dan koordinasi para ulama dalam menangani isu-isu yang berhubungan dengan masalah ekonomi dan keuangan, selain itu DSN-MUI juga diharapkan dapat berperan sebagai pengawas, pengarah dan pendorong penerapan nilai-nilai prinsip agama Islam dalam kehidupan ekonomi. DSN-MUI merupakan lembaga satu-satunya yang diberi amanat oleh undang-undang untuk menetapkan fatwa tentang ekonomi dan keuangan syariah, juga merupakan lembaga yang didirikan untuk memberikan ketentuan hukum Islam kepada lembaga keuangan syariah dalam menjalankan aktivitasnya³¹

Dewan Syariah Nasional MUI sebagai lembaga yang berwenang mengeluarkan fatwa akan adanya suatu hal yang baru yang berkaitan dengan aktivitas umat Islam termasuk dalam hal perdagangan, memandang perlu untuk mengeluarkan fatwa tentang sistem perdagangan yang mengesusung sistem penjualan berjenjang dalam kerjanya agar umat Islam tidak terjerumus ke dalam pandangan yang salah, terlebih lagi kepada bisnis yang tidak halal. Adapun fatwa tersebut adalah Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung

³⁰Indah Yuliana, *Investasi Produk Keuangan Syariah* (Malang : UIN Maliki Press, 2010), 28.

³¹Mohammad Mufid, *Ushul Fiqh Ekonomi Dan Keuangan Kontemporer* (Jakarta : Prenada Media Group, 2016), 220.

Berjenjang Syariah. Dimana ketentuan-ketentuannya adalah sebagai berikut.³²

Pertama : Ketentuan Umum

1. Penjualan langsung berjenjang adalah cara penjualan barang atau jasa melalui jaringan pemasaran yang dilakukan oleh perorangan Dunia semakin maju, teknologi semakin canggih dan sistem perdagangan pun semakin banyak dan beraneka ragam. Salah satu bentuk *trend* bisnis yang saat ini menjamur di masyarakat adalah sistem penjualan berjenjang atau yang lebih dikenal dengan istilah *Multi Level Marketing*. Sistem *Multi Level Marketing* menghendaki konsumennya untuk melakukan penjualan barang kepada konsumen lain dan merekrut konsumen lain untuk ikut sebagai tenaga pemasaran dalam suatu jaringan kerja. atau badan usaha kepada sejumlah perorangan atau badan usaha lainnya secara berturut-turut.
2. Barang adalah setiap benda berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, baik dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat dimiliki, diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.
3. Produk jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau pelayanan untuk dimanfaatkan oleh konsumen.

³²Himpunan Fatwa Keuangan Syariah Dewan Syariah Nasional MUI (Jakarta : Erlangga, 2014), 811.

4. Perusahaan adalah badan usaha yang berbentuk badan hukum yang melakukan kegiatan usaha perdagangan barang dan atau produk jasa dengan sistem penjualan langsung yang terdaftar menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.
5. Konsumen adalah pihak memakai barang dan atau jasa, dan tidak bermaksud untuk memperdagangkan.³³
6. Komisi adalah imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra usaha atas penjualan yang besaran maupun bentuknya diperhitungkan berdasarkan prestasi kerja nyata, yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang dan atau produk jasa.
7. Bonus adalah tambahan imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra usaha atas penjualan, karena berhasil melampaui target penjualan barang dan atau produk jasa yang diterapkan perusahaan.³⁴
8. Ighra' adalah daya tarik luar biasa yang menyebabkan orang lalai terhadap kewajibannya demi melakukan hal-hal atau transaksi dalam rangka memperoleh bonus atau komisi yang dijanjikan.
9. Money Game adalah kegiatan penghimpunan dana masyarakat atau penggandaan uang dengan praktik

³³Ibid, 812.

³⁴Ibid, 813.

memberikan komisi dan bonus dari hasil perekrutan/ pendaftaran Mitra Usaha yang baru/bergabung kemudian dan bukan dari hasil penjualan produk, atau dari hasil penjualan produk namun produk yang dijual tersebut hanya sebagai kamufase atau tidak mempunyai mutu/kualitas yang dapat dipertanggungjawabkan.

10. *Excessive Mark-up* adalah batas marjin laba yang berlebihan yang dikaitkan dengan hal-hal lain di luar biaya.
11. *Member Get Member* adalah strategi perekrutan keanggotaan baru PLB yang dilakukan oleh anggota yang telah terdaftar sebelumnya.
12. Mitra Usaha/*stockist* adalah pengecer/retailer yang menjual/memasarkan produk-produk penjualan langsung.

Kedua : Ketentuan Hukum

Praktik PLBS wajib memenuhi ketentuan-ketentuan sebagai berikut.³⁵

1. Adanya objek transaksi riil yang diperjualbelikan berupa barang atau produk jasa;
Objek yang dimaksud dalam pernyataan ini yaitu bisa berupa apa saja asalkan halal, tapi akan lebih bermanfaat dan

³⁵Ibid, 814-815.

tidak menimbulkan banyak polemik ketika objek ini berupa kebutuhan pokok atau produk yang biasa dipakai sehari-hari.³⁶

2. Barang atau produk jasa yang diperdagangkan bukan sesuatu yang diharamkan dan atau yang dipergunakan untuk sesuatu yang haram;

Kita bisa dengan mudah mengetahui apakah barang objek bisnis PLB dan MLM tersebut haram atau tidak, baik dari sisi zatnya maupun kegunaannya. Hal ini bukan berarti sistem bisnis yang dijalankan itu sudah berlabel halal, karena jika jumlah transaksi yang dipakai tidak sesuai dengan akadnya, ketidakadilan, tidak ada pengawasan dan pengawasan maka tidak menutup kemungkinan terjadi ketidak syariahan.³⁷

3. Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur *gharar*, *maysir*, *riba*, *dharar*, *zulum*, *maksiat*;
 - a. Unsur *gharar* (ketidakpastian), *gharar* berarti suatu penampilan yang menimbulkan kerusakan, atau sesuatu yang tampaknya menyenangkan, namun dalam realitasnya memunculkan kebencian. *Gharar* terjadi ketika kedua belah pihak saling tidak mengetahui apa yang akan terjadi. Islam melarang hadirnya *gharar* dalam kegiatan perekonomian karena mengkonstruksi ketidakadilan.

³⁶Mirawati Susanto Putri, *Pelaksanaan Fatwa DSN MUI*...., 23.

³⁷Ibid.

- b. Unsur *maysir*, *maysir* adalah segala bentuk transaksi yang mengandung unsur untung-untungan, taruhan, yang ketika akad itu terjadi hasil yang akan diperolehnya belum jelas.
- c. Unsur riba, dalam Islam riba terbagi menjadi dua yaitu riba *nasiah*, yaitu tambahan yang harus diberikan oleh orang yang berutang sebagai imbalan dari perpanjangan waktu pembayaran utangnya, dan riba *fadhal*, yaitu tambahan yang diperoleh dalam penukaran dua barang yang sama jenisnya.³⁴ Sedangkan riba yang dimaksud dalam pembahasan kali ini terletak pada keuntungan yang diperoleh di saat kita memberikan iuran keanggotaan dengan harapan uang tersebut mendatangkan tambahan ketika berhasil merekrut anggota baru, jadi tambahan di sini tidak berdasarkan penjualan produk.³⁸
- d. Unsur *dharar*, *dharar* adalah dampak yang membahayakan, tidak memberi manfaat, menyulitkan atau merugikan diri sendiri maupun orang lain.³⁹
- e. Unsur *dzulm*, *dzulm* adalah menempatkan sesuatu tidak pada tempatnya, memberikan sesuatu tidak sesuai ukuran, kualitas dan temponya. mengambil sesuatu yang bukan haknya dan memperlakukan sesuatu tidak pada porsinya.

³⁸Ibid, 24.

³⁹Ibid, 25.

- f. Maksiat, maksiat merupakan tindakan yang melanggar hukum moral yang bertentangan dengan perintah Allah. Maksiat dapat melemahkan iman seseorang dan juga membuat seseorang lebih condong berbuat kemungkaran.³⁸ Jika dikaitkan dengan bisnis MLM ini maka terletak pada persaingan yang dilakukan oleh perusahaan, apakah persaingan tersebut didasarkan dengan syariat Islam atau tidak.⁴⁰
4. Tidak ada kenaikan harga/biaya yang berlebihan (*excessive mark-up*), sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas/manfaat yang diperoleh;
 5. Komisi yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota baik besaran maupun bentuknya harus berdasarkan prestasi kerja nyata yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang atau produk jasa, dan harus menjadi pendapatan utama mitra usaha dalam PLBS.

Dalam hal ini, besarnya komisi tidak ditentukan berdasarkan masuknya uang iuran keanggotaan. Jadi jika dalam perusahaan tersebut bonus yang diperoleh para distributor berdasarkan masuknya uang iuran keanggotaan, maka bisa disebut bisnis tersebut tidak sesuai dengan persyaratan PLBS.⁴¹

⁴⁰Ibid.

⁴¹Ibid.

6. Bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) harus jelas jumlahnya ketika dilakukan transaksi (akad) sesuai dengan target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan oleh perusahaan;

Distributor dan perusahaan harus jujur, ikhlas, transparan dan tidak menipu, dan tidak menjalankan bisnis yang haram ataupun syubhat (tidak jelas haram maupun halalannya). Distributor dalam hal ini berhak menerima imbalan setelah berhasil memenuhi akadnya. Sedangkan pihak perusahaan yang menggunakan jasa *marketing* juga harus segera memberikan imbalan kepada distributor dan tidak boleh menghanguskan dan menghilangkannya.⁴²

7. Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa;

Dari awal bergabung sudah dijelaskan bagaimana cara menjalankan bisnis MLM yaitu menjual produk secara langsung kepada konsumen dan mencari teman atau anggota baru agar ikut bergabung dan bersedia memasarkan produk-produk perusahaan. Untuk dapat meraih kesuksesan dalam sistem ini setiap distributor harus bekerja keras menjual produk-produk perusahaan kepada konsumen dan mencari mitra kerja untuk melakukan hal yang sama sebanyak-banyaknya, sehingga mempunyai jaringan yang

⁴²Kuswara, *Mengenal MLM Syariah Dari Halal Haram Kiat Berwirausaha Sampai Dengan Pengelolaannya* (Jakarta : Qultum Media, 2005), 97.

luas. Adapun penghasilan mereka diperoleh dari laba grosir, laba eceran, dan prosentase dari volume penjualan total kelompok atau jaringan yang berhasil dibentuk. Mereka yang berprestasi tinggi akan mendapatkan penghasilan yang tinggi pula.⁴³

8. Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan *ighra*'.

Menurut ketentuan fatwa DSN MUI, *Ighra*" adalah daya tarik luar biasa yang menyebabkan orang lalai terhadap kewajibannya demi melakukan hal-hal atau transaksi dalam rangka memperoleh bonus atau komisi yang dijanjikan. Keuntungan dalam bisnis MLM syariah, berorientasi pada keuntungan duniawi dan ukhrawi. Imam Ghazali dalam *Ihya Ulumuddin* mengatakan bahwa keuntungan dalam Islam adalah keuntungan dunia dan akhirat. Keuntungan akhirat maksudnya, bahwa dengan menjalankan bisnis itu, seseorang telah dianggap melaksanakan ibadah (asalkan bisnisnya sesuai dengan syariah). Dengan bisnis, seseorang juga telah membantu orang lain dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Selanjutnya, pemberian penghargaan dan cara menyampaikannya hendaknya tetap dalam koridor *tasyakur*, untuk menghindarkan penerimanya dari takabur dan kufur nikmat,

⁴³Mujito, " Multivel Marketing Milonaire Club Indonesia (MCI) Dalam Perspektif Undang Undang No.07 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, Fikih Muamalah Dan Fatwa DSN MUI No. 75/DSN/MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah," *Skripsi* (Salatiga : IAIN Salatiga, 2017), 61.

seolah-olah ia telah melupakan Allah karena *ighra*“ MLM yang islami senantiasa berpedoman dengan akhlak Islam.⁴⁴

9. Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dengan anggota berikutnya;

PLB yang benar harus bisa memberikan jaminan bahwa *downline* paling bawah akan bisa mendapatkan imbal hasil yang sama dengan yang mulai lebih awal, jika berhasil melakukan distribusi produk PLB meskipun *downline* tersebut tidak lagi memiliki *downline*. Salah satu strateginya adalah membuat ketentuan bahwa meskipun *upline* sudah memiliki *downline*, namun *upline* tidak berhak memperoleh komisi atau bonus atas keberadaan *downline* tersebut, jika *upline* dan/atau *downline* tidak berhasil memenuhi kuota penjualan dalam jumlah dan waktu yang ditentukan. Begitu pula jika anggota paling awal tidak berhasil melakukan penjualan dengan kuota tertentu, maka dia tidak berhak memperoleh komisi atau bonus. Kemudian, hal yang harus diingat bahwa komisi atau bonus hanyalah penyemangat bisnis atas keberhasilan menjual produk, bukan tujuan utamanya⁴⁵

10. Sistem perekrutan keanggotaan, bentuk penghargaan dan acara seremonial yang dilakukan tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan aqidah, syariah dan akhlak mulia, seperti syirik, kultus, maksiat dan lainlain;

⁴⁴Ibid, 62.

⁴⁵Ibid.

PLBS yang benar harus mengakomodasi kepentingan ibadah kepada Tuhan, berbuat baik kepada sesama, tidak memaksa, mencegah perilaku boros, mencegah pemenuhan kebutuhan yang tidak perlu, serta tidak merugikan orang lain.⁴⁶

11. Setiap mitra usaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya tersebut;

Perusahaan yang menjalankan bisnisnya dengan sistem MLM tidak hanya sekedar menjalankan penjualan produk barang, melainkan juga bertujuan untuk merekrut calon *member* agar bisa memasarkan produknya tersebut melalui sistem multi level yang telah ditetapkan perusahaan. Begitu pula *member* MLM yang telah bergabung mempunyai kewajiban mengajari cara menjalankan bisnisnya mulai dari cara presentasi, pengembangan mental kewirausahaan, dan pemasarannya. Selain itu tanggung jawab kepada *member* baru tersebut berlangsung terus secara berkelanjutan termasuk memotivasi dan mengawasi agar *member* baru tersebut tidak menyimpang dari kode etik perusahaan.⁴⁷

12. Tidak melakukan kegiatan *money game*.

Dalam fatwa ini, yang dimaksud *money game* adalah kegiatan penghimpunan dana masyarakat atau penggandaan uang dengan praktik memberikan komisi dan bonus dari hasil perekrutan /pendaftaran Mitra Usaha yang baru/bergabung kemudian, dan

⁴⁶Ibid, 63.

⁴⁷Ibid, 64.

bukan dari hasil penjualan produk, atau dari hasil penjualan produk namun produk yang dijual tersebut hanya kamufase atau tidak mempunyai mutu/kualitas yang dapat dipertanggung jawabkan.⁴⁸

Ketiga : Ketentuan Akad

Akad-akad yang dapat digunakan dalam PLBS adalah:

1. Akad Bai' Murabahah merujuk kepada substansi Fatwa No. 4/DSN-MUI/IV/2000 tentang Murabahah; Fatwa No. 16/DSN-MUI/IX/2000 tentang Diskon dalam Murabahah;

murabahah adalah salah satu akad jual beli (pembiayaan) dengan tambahan nilai yang diberikan oleh pembeli kepada penjual sebagai laba untuk penjual sesuai dengan kesepakatan. Murabahah merupakan salah satu jual beli al Amanah, dikarenakan jual beli ini terjadi berdasarkan kepercayaan kepada penjual yang menjelaskan tentang harga beli terhadap barang tersebut.⁴⁹

2. Akad Wakalah bil Ujah merujuk kepada substansi Fatwa No. 52/DSN-MUI/III/2006 tentang Wakalah bil Ujah pada Asuransi dan Reasuransi Syariah;

Wakalah berarti pemberian mandat berupa pelimpahan kekuasaan oleh seseorang sebagai pihak pertama kepada orang lain sebagai pihak kedua, dalam hal-hal yang diwakilkan

⁴⁸Ibid.

⁴⁹Fahadil Amin Al-Hasan, "Analisis Pelaksanaan Akad Murabahah Di Lembaga Mikro Keuangan Syariah (BMT)." Fahadil Amin (2018), 59.

(dalam hal ini pihak kedua) hanya melaksanakan sesuatu sebatas kuasa atau wewenang yang diberikan oleh pihak pertama, namun apabila kuasa itu telah dilaksanakan sesuai yang disyaratkan, maka semua resiko dan tanggung jawab atas dilaksanakan perintah tersebut sepenuhnya menjadi pihak pertama atau pemberi kuasa.⁵⁰

3. Akad Ju'alah merujuk kepada substansi Fatwa No. 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang Akad Ju'alah;

a. Pengertian Akad Ju'alah

Ju'alah adalah janji atau komitmen (*iltizam*) untuk memberikan imbalan (*reward'iwadhjul*) tertentu atas pencapaian hasil (*natijah*) yang ditentukan dari suatu pekerjaan.

b. Rukun dan Syarat Akad Ju'alah

- 1) Pihak *Ja'il* harus memiliki kecakapan hukum dan kewenangan (*muthlaqal-tasharruf*) untuk melakukan akad
- 2) Objek *Ju'alah* (*mahal al-aqdmaj'ul'alaih*) harus berupa pekerjaan yang tidak dilarang oleh syariah
- 3) Hasil pekerjaan (*natijah*) sebagaimana dimaksud harus jelas dan diketahui oleh para pihak pada saat penawaran

⁵⁰Deni Purnama, "Penerapan kad Wakalah Bil Ujrah Dalam Industri Asuransi Dan Lembaga Keuangan Syariah", Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam, Vol 2, No 1 (2012), 5.

- 4) Imbalan *Ju'alah* (*reward'iwadhju'l*) harus ditentukan besaran-nya oleh *Ja'il* dan diketahui oleh para pihak pada saat penawaran
 - 5) Tidak boleh ada syarat imbalan diberikan di muka (sebelum pelaksanaan objek *ju'alah*)⁵¹
4. Akad Ijarah merujuk kepada substansi Fatwa No. 9/DSNMUI/IV/2000 tentang Pembiayaan Ijarah.
- a. Pengertian Akad Ijarah
Akad *ijarah* adalah akad pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang dalam waktu tertentu dengan pembayaran sewa (*ujrah*), tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri.
 - b. Rukun dan Syarat Ijarah
 - 1) *Sighat Ijarah*, yaitu *ijab* dan *qabul* berupa pernyataan dari kedua belah pihak yang berakad (berkontrak), baik secara verbal atau dalam bentuk lain.
 - 2) Pihak-pihak yang berakad: terdiri atas pemberi sewa/pemberi jasa dan penyewa/pengguna jasa
 - 3) Objek akad *ijarah* adalah :
 - a. manfaat barang dan sewa; atau
 - b. manfaat jasa dan upah.⁵²

⁵¹Mujito, *Multivel Marketing...*, 64.

⁵²Ibid, 65.

5. Akad-akad lain yang sesuai dengan prinsip syariah setelah dikeluarkan fatwa oleh DSN-MUI.

B. Teori Tentang Ighra, *Member Get Member* dan *Excessive Mark Up* Dalam Fatwa DSN MUI.

1. Ighra'

a. Pengertian Ighra'

Ighra' adalah daya tarik luar biasa yang menyebabkan orang lalai terhadap kewajibannya demi melakukan hal-hal atau transaksi dalam rangka memperoleh bonus atau komisi yang dijanjikan.⁵³

Ighra' merupakan pemberian semangat kepada lawan bicara atas suatu perkara yang terpuji untuk dilakukan. Ighra' adalah memberikan iming-iming atau janji-janji yang berlebih-lebihan. Ketentuan DSN MUI dalam fatwa ini, menurut penulis, sebenarnya lebih merupakan panggilan atau control moral. Di dalam dunia tasawwuf ada istilah *hubbub dunya* atau *thuulul amal*. (cinta dunia - banyak berangan-angan). Dua sifat ini merupakan ahlak yg tidak baik karena akan membuat seseorang terlena dengan kehidupan dunia dan lalai terhadap kehidupan akhiratnya.⁵⁴

Sebenarnya *Ighra'* dalam batas tertentu bisa jadi merupakan hal yg positif, karena dengan adanya igthro, iming-

⁵³Fatwa DSN MUI No. 75/DSN MUI/VII/2009

⁵⁴Sofwan Jauhari, "Fatwa MUI Mengenai MLM", dalam <http://www.stiualhikmah.ac.id/index.php/artikel-ilmiah/116-fatwa-mui-mengenai-mlm> (diakses 25 Mei 2019, pukul 11.30)

iming atau insentif yang dijanjikan, seseorang akan termotifasi untuk melakukan suatu pekerjaan atau untuk bekerja lebih keras. Tanpa ada motifasi maka manusia akan cenderung bermalasan, hanya saja motifasi itu tidak boleh berlebihan. Ini menjadi PR bagi para pelaku MLM, bagaimana agar motifasi yg diberikan kepada membeinya dilakukan secara wajar, tidak berlebih-lebihan. Sebenarnya tindakan *berlebih-lebihan* itu terlarang dalam apa saja, ibadah seperti sholat dan shaum pun jika dilakukan secara berlebihan juga dilarang, misalnya sholat sunnah 1000 rakaat setiap malam, dan shaum sepanjang tahun tanpa istirahat.⁵⁵

2. *Member Get Member*

a. Pengertian *Member Get Member*

Member Get Member adalah strategi perekrutan keanggotaan baru PLB yang dilakukan oleh anggota yang telah terdaftar sebelumnya.⁵⁶

Secara etimologi, member get member berasal dari bahasa inggris, member berarti anggota, sedangkan get berarti mendapat, menangkap, memberi atau membujuk. Member get member mengacu pada istilah yang lazim digunakan dalam strategi pemasaran.

⁵⁵Sofwan Jauhari, "Fatwa MUI Mengenai MLM....,

⁵⁶Fatwa DSN MUI.,

Sebagai suatu konsep pemasaran, member get member dapat diartikan sebagai sebuah teknik perekrutan pelanggan atau organisasi, yaitu dengan cara menawarkan suatu insentif kepada anggota yang telah terdaftar agar mereferensikan anggota baru.

b. Konsep *member get member*

Meskipun tidak memiliki suatu konsep dan bentuk yang baku, namun ini strategii pemasaran member get member adalah suatu perusahaan mengikutsertakan atau menjadikan pelanggan atau nasabah sebagai konsumen jaringan, untuk merekrut anggota baru, untuk itu perusahaan menawarkan suatu insentif (bisa berupa bonus, diskon hadiah uang maupun barang dan sebagainya) yang akan diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan yang berhasil merekrut anggota.⁵⁷

Sebagai sebuah konsep pemasaran kontemporer, istilah member get member memang belum pernah dikenal sebelumnya dalam literatur fiqih islam klasik. Namun secara praktik, kegiatan semacam itu telah dilaksanakan pada zaman Rasulullah SAW dan dikenal dengan istilah *ji'alah/ju'alah*.

3. *Excessive Mark-up*

a. Pengertian *Excessive Mark-up*

⁵⁷Anggoro Pridityo, "Analisa Strategi Pemasaran Member Get Member Tabungan Mudharabah Dalam Perspektif Syariah Pada Perusahaan Daerah BPR Syariah Kota Bekasi," *skripsi* (Jakarta :UIN Syarif Hidayatullah, 2008)

Excessive Mark-up adalah batas marjin laba yang berlebihan yang dikaitkan dengan hal-hal lain di luar biaya.⁵⁸

Istilah *Mark up* secara sederhana adalah menaikkan harga jual dari harga pokok nya, yang biasanya digunakan oleh para pedagang yang usahanya membeli dan menjual kembali barang tersebut.⁵⁹ Pedagang yang membeli barang-barang dagangan akan menentukan harga jualnya setelah menambah harga beli dengan sejumlah *mark up*. Misalnya : si A menjual jam tangan membeli dari supplier seharga Rp 500 ribu, dengan *mark up* Rp 100 ribu, maka harga jual jam tangan tersebut adalah Rp 600 ribu.

Jadi, mark up ini merupakan kelebihan harga jual di atas harga belinya. Keuntungan bisa diperoleh dari sebagian *mark up* tersebut. Selain itu, pedagang tersebut juga harus mengeluarkan sejumlah biaya eksploitasi yang juga diambilkan dari sebagian *mark up*. Perlu diketahui beberapa istilah biaya ialah sebagai berikut :⁶⁰

1) Biaya Tetap Total (*Total Fixed Cost*)

Biaya tetap total (*total fixed cost*) adalah elemen-elemen seperti sewa, gaji pimpinan dan pajak kekayaan yang tetap konstan untuk setiap tingkat hasil (*output*). Untuk tingkat

⁵⁸Fatwa DSN MUI.,

⁵⁹Ahmad Fathilah, “ perbedaan Margin Dan Mark Up,” dalam <https://bisnisdankeuangan.wordpress.com/2016/06/16/perbedaan-margin-dan-markup/>, (diakses pada 25 Mei 2019, pukul 08.21).

⁶⁰Budi Wahyono, “Metode Penetapan Harga Berdasarkan Biaya,” dalam http://www.pendidikanekonomi.com/2015/05/metode-penetapan-harga-berdasarkan_24.html , (diakses 25 Mei 2019, pukul 11.00)

kapasitas tertentu atau untuk periode waktu yang pendek, biaya ini tetap sama besarnya. Namun, untuk jangka panjang. Biaya tetap akan berubah menjadi biaya variabel. Biaya tetapp total yang dibebankan pada masing-masing unit disebut biaya tetap rata-rata (average fixed cost).

2) Biaya Variabel (*Variable Cost*)

Biaya variabel (variable cost) adalah biaya yang berubah ubah disebabkan oleh adanya perubahan jumlah hasil. Apabila jumlah barang yang dihasilkan bertambah, maka biaya variabelnya juga akan meningkat. Biaya variabel yang dibebankan pada masing-masing unit disebut biaya variabel rata-rata (average variable cost).

3) Biaya Total (*Total Cost*)

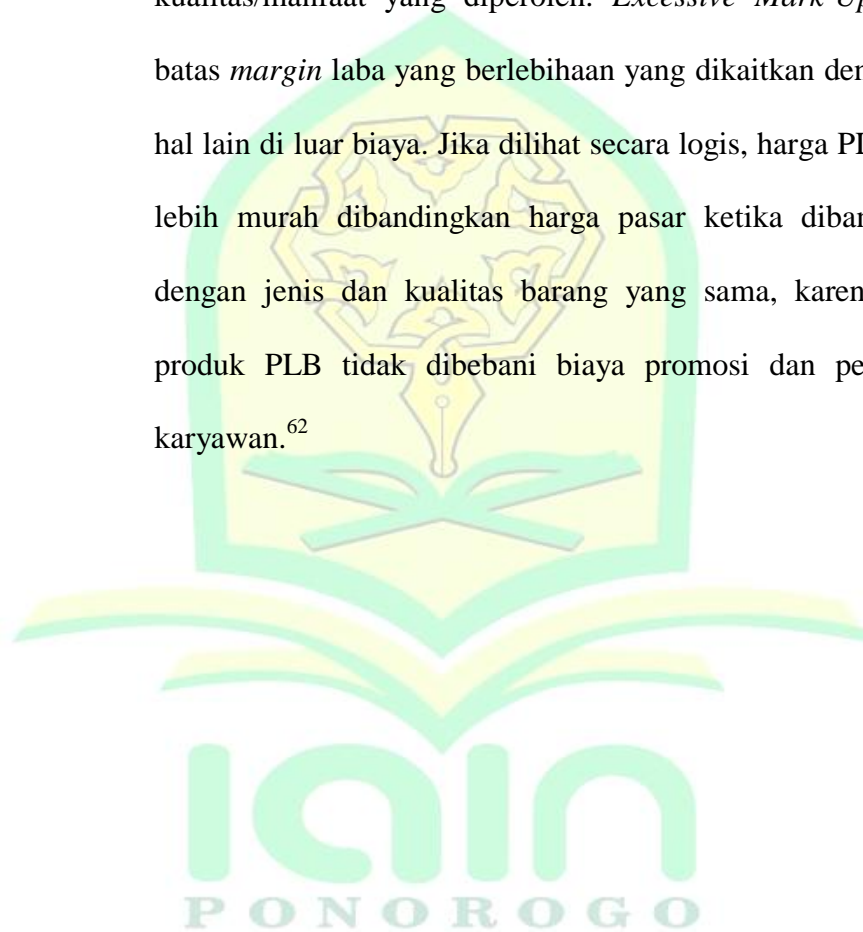
Biaya total (total cost) adalah biaya keseluruhan, meliputi biaya tetap dan variabel. Untuk masing-masing barang, biaya ini disebut biaya total rata-rata (average total cost).

4) Biaya Marjinal (*Marginal Cost*)

Biaya marjinal (*marginal cost*) adalah biaya untuk memproduksi dan menjual tambahan satu unit produk yang terakhir. Apabila biaya untuk memproduksi 10 unit produk adalah sebesar Rp500,00 dan untuk memproduksi 11 unit

produk sebesar Rp590,00; maka biaya marjinalnya sama dengan Rp90,00 (dari Rp590.000,00 – Rp500.000,00).⁶¹

Dalam PLBS tidak diperbolehkan ada kenaikan harga/biaya yang berlebihan (*excessive mark-up*) di mana hal tersebut dapat merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas/manfaat yang diperoleh. *Excessive Mark-Up* adalah batas *margin* laba yang berlebihan yang dikaitkan dengan hal-hal lain di luar biaya. Jika dilihat secara logis, harga PLB harus lebih murah dibandingkan harga pasar ketika dibandingkan dengan jenis dan kualitas barang yang sama, karena dalam produk PLB tidak dibebani biaya promosi dan penggajian karyawan.⁶²



⁶¹Budi Wahyono, "Metode Penetapan Harga...",

⁶²Mirawati Susanto Putri, "Pelaksanaan Fatwa DSN MUI...", 41

BAB III

PELAKSANAAN SISTEM *MARKETING NETWORK*

PT HERBA PENAWAR ALWAHIDA INDONESIA (HPAI)

DI WILAYAH PONOROGO.

A. GAMBARAN UMUM TENTANG PERUSAHAAN PT. HPAI

1. Profil PT. HPAI

PT Herba Penawar Alwahida Indonesia, yang kemudian dikenal sebagai HPAI merupakan salah satu perusahaan Bisnis Halal *Network* di Indonesia yang fokus pada produk-produk herbal. HPAI sesuai dengan akta pendirian Perusahaan, secara resmi didirikan pada tanggal 19 Maret 2012.

HPAI dibangun dari perjuangan panjang yang bertujuan menjayakan produk-produk halal dan berkualitas berazaskan *Thibbunnabawi*, serta dalam rangka membumikan, memajukan, mengaktualisasikan ekonomi Islam di Indonesia melalui entrepreneurship.⁶³

2. Susunan Organisasi

Berikut adalah susunan kepemimpinan PT. HPAI yang berpusat di Jakarta Timur:

a) Dewan Syariah

- 1) Dr. H. Mawardi Muhammad Saleh, MA

⁶³Panduan Sukses HPAI, *Produk Halal...*, 9.

- 2) Prof. Drs. H. M. Nahar Nahrawi, SH, MM (BPH DSN-MUI)
 - 3) Dr. H. Endy M. Astiwara, MA, AAAIJ, FIIS (BPH DSN-MUI)
- b) Dewan Komisaris
- 1) H. Muslim M. Yatim, Lc (Komisaris Utama)
 - 2) Erwin Chandra Kelana, ST (Komisaris)
- c) Dewan Direksi
- 1) H. Agung Yulianto, SE, AK, M. Kom (Direktur Utama)
 - 2) H. Rofik Hananto, SE (Direktur)
 - 3) Supriyono, ST (Direktur)

3. Motto

“Produk Halal Tanggung Jawab Bersama”

4. Visi dan Misi

a. Visi

Menjadi Refrensi Utama Produk Halal Berkualitas

b. Misi

- 1) Menjadi perusahaan jaringan pemasaran papan atas kebanggaan umat
- 2) Menjadi wadah perjuangan penyediaan Produk Halal bagi umat Islam
- 3) Menghasilkan pengusaha-pengusaha muslim yang dapat dibanggakan baik sebagai pemasar, pembangunan jaringan maupun produsen.⁶⁴

⁶⁴Ibid, 9.

5. Lima Pilar (P.A.S.T.I)

Lima pilar perusahaan, yaitu Produk, Agenstok, *Support System*, Teknologi, dan Integritas Manajemen (PASTI), telah berhasil terekonstruksi dengan kokoh. Lima pilar ini, insya Allah, siap menopang berdirinya bangunan megah, tinggi dan kokoh, yaitu HPAI.

65

a. Produk

HPAI fokus terhadap produk, yang berlandaskan alamiah, ilmiah dan Ilahiyah. Produk HPAI yang dijual adalah produk berkualitas terbaik. Standar kualitas produk HPAI dibuktikan dengan produk-produk yang memiliki kelengkapan perizinan dan sertifikasi halal MUI. HPAI sebagai perusahaan bisnis halal *network* fokus pada produk-produk yang terdiri dari produk-produk obat, suplemen, minuman kesehatan, dan kosmetik, masing-masing jenis produk tersebut memiliki khasiat, dan manfaat yang tidak perlu diragukan lagi karena telah dibuktikan langsung oleh agen HPAI.

Dalam hal produk, HPAI tidak hanya bermaksud *profit oriented*, namun juga memiliki tujuan-tujuan yaitu: ⁶⁶

1) Halal Berkualitas

⁶⁵Ibid.

⁶⁶Ibid, 15.

Dalam hal penyediaan produk-produk herbal, HPAI tidak menjual produk melainkan produk tersebut telah terjamin halal dan memiliki kualitas terbaik.

2) Kesehatan

HPAI turut ikut serta dalam meningkatkan kesehatan masyarakat Indonesia dengan produk-produk obat herbal, dan suplemen yang berkualitas, serta aman dikonsumsi. Produk herbal HPAI dapat memiliki dua fungsi yaitu sebagai obat dan suplemen. Produk herbal dapat menjadi perantara kesembuhan pasien dengan dosis yang tepat, dan produk herbal dapat membantu menjaga dan meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat dengan cara mengkonsumsinya secara teratur sesuai dosis.

3) Tepat Guna SDA

HPAI ikut serta dalam memanfaatkan sumberdaya alam flora dan fauna Indonesia yang sangat kaya dengan cara yang tepat dan adil. Pengelolaan sumber-sumber daya alam tersebut jelas manfaatnya akan kembali kepada masyarakat Indonesia.

4) Ekonomi Nasional

HPAI dalam hal produk, ikut serta dalam pembangunan ekonomi nasional dengan cara menggandeng pengusaha kecil menengah untuk menjadi partner dalam hal produksi herbal berkualitas. Disamping itu, HPAI pun turut membantu

meningkatkan sistem produksi, sehingga kualitas setiap produk HPAI dapat terpantau langsung.

b. Agenstok

Agenstok HPAI merupakan jalur distribusi ritel dari Produk-produk HPAI. Rangkaian jalur distribusi tersebut secara berurutan dari yang terbesar, yaitu: Bussines Center (BC), Pusat Agency (PA), Pusat Stokis Daerah (PSD), dan Stokis yang tersebar hampir di seluruh propinsi di wilayah Indonesia bahkan dapat dikembangkan ke luar negeri.⁶⁷

c. Support System

Manajemen HPAI bersama CELLS (*Cooperation of Excecutive Loyal Leaders* atau Perhimpunan Kesatuan dan Kerjasama Para *Leader Setia dan Agen HPAI*) telah menciptakan *Support System* HPAI yang baku, mudah dan praktis untuk mendukung dan memudahkan para Agen HPAI dalam mengembangkan *Bisnis Halal Network* HPAI.

HPAI bersama dengan CELLS berinvestasi membangun sistem dalam rangka suksesi *Marketing Plan*, yang lebih dikenal sebagai *Support System*. *HPAI Support System* adalah metode, konsep, dan cara kerja Agen HPAI untuk mencapai kesuksesan bisnis di HPAI dalam satu sistem kerja yang terintegrasi.⁶⁸

d. Teknologi

⁶⁷Ibid, 17.

⁶⁸Ibid.

HPAI fokus pada teknologi yang mampu mendorong serta meningkatkan kinerja perusahaan dalam hal pelayanan, kemudian akses informasi, dan transaksi yang real time sehingga membantu jalan agen, dan stakeholder mencapai kesuksesan dalam berbisnis bersama HPAI. HPAI membangun beberapa instrumen teknologi yang disebut sebagai HSIS, AVO, dan SMS Center. Dimana penjelasannya adalah sebagai berikut:⁶⁹

1) HSIS (HPAI Support Integrated System)

HSIS mengintegrasikan transaksi online dengan berbagai fitur dan informasi yang dapat diakses secara real time mengenai pertumbuhan omzet, ketersediaan saldo produk, dan perkembangan jumlah agen perhari.

2) AVO (Agen Virtual Office)

AVO adalah personal page member yang dapat digunakan oleh seluruh Agen HPAI untuk dapat mengetahui perkembangan jaringan, dan personal statement.

3) SMS Center

SMS Center berfungsi sebagai layanan informasi terpusat yang dapat dijangkau oleh seluruh agen HPAI hingga ketinggian daerah. SMS center menjadi komunikasi dua arah antara *Customer Care* dengan Agen HPAI dalam hal

⁶⁹Ibid.

pembaruan informasi mengenai program dan promo perusahaan.

e. Integritas Manajemen

HPAI terus meningkatkan profesionalismenya. Terus menumbuhkan kepercayaan masyarakat terhadap produk yang dipasarkanya. Selalu berusaha memberi pelayanan yang terbaik. Profesionalisme staff dan karyawan yang tinggi, terbentuk nilai nilai moral dan etika dalam perusahaan yang baik. Kesatuan dan kekompakan di semua lini perusahaan ini saling menguatkan, sehingga kewibawaan perusahaan dan potensi yang luar biasa terpancarkan. Hal ini sudah sukses diwujudkan, dan kesuksesan HPAI memunculkan empat nilai integritas yang dimilikinya, yaitu:

70

1) Kejujuran

Dimensi nilai kejujuran, HPAI menunjukkan sebuah perusahaan yang dalam mengembangkan strategi pemasaran selalu berkata apa adanya dan tidak melakukan kebohongan, serta bersifat terbuka.

2) Ketulusan

HPAI menunjukkan tidak adanya keterpaksaan dalam menerapkan suatu tindakan dalam Strategi Bisnis *Halal Network* HPAI.

⁷⁰Ibid, 19.

3) Keadilan

HPAI memperlakukan konsumen sesuai dengan haknya. HPAI menerapkan nilai integritas akan memperlakukan konsumen atau pemangku kepentingan lain tidak semena-mena dan memberikan apa yang sudah menjadi haknya tanpa ada keinginan untuk melakukan pengurangan.

4) Kepercayaan

Nilai integritas HPAI lainnya adalah nilai kepercayaan. Integritas menciptakan suatu kepercayaan bagi orang lain. Kepercayaan berarti memberikan sesuatu kepada orang lain untuk dikerjakan sesuai dengan ekspektasi yang dimiliki.⁷¹

B. PELAKSANAAN SISTEM *MARKETING NETWORK* PT HERBA PENAWAR ALWAHIDA INDONESIA (HPAI) DI WILAYAH PONOROGO.

1. Pelaksanaan Ighra' sistem *marketing network* PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) di wilayah Ponorogo.

Pusat Agency adalah pusat layanan bisnis dan kegiatan HPAI yang berlaku bagi Agen HPAI baik Agen atau jaringan di bawah *leader* pemilik PA atau agen di luar jaringan pemilik PA. Pusat Agency dalam sistem keagenan/sistem toko berada ditingkat ketiga setelah Pusat Stokis Daerah (PSD) dan Stokis (STK).

⁷¹Ibid.

Sebelum seseorang menjadi agen resmi HPAI maka dia harus mendaftarkan diri dulu agar dalam melakukan pembelian mendapat harga khusus dan bonus ketika melakukan penjualan lagi kepada konsumen pemakai. Adapun peraturan dan syarat-syarat untuk mendaftar menjadi seorang agen resmi HPAI adalah sebagai berikut:

1. Pemohon sudah menjadi agen HNI-HPAI
2. Berpangkat Agen Biasa (AB) atau Manager (M)
3. Pembelian perdana senilai Rp. 5.000.000 dalam 1 invoice
4. Apabila Agen yang mengajukan diri sebagai SC masih berpangkat Agen Biasa (AB), berlaku ketentuan sebagai berikut:
 - a. Untuk aktivasi SC, lakukan TP Pribadi sebesar 1000 poin yang dapat ditransaksikan dari belanja perdana SC.
 - b. Apabila Agen Biasa (AB) yang mengajukan SC sampai akhir bulan belum berpangkat Manager (M), maka status niaga SC akan diturunkan menjadi Agen Biasa (AB).
5. Akumulasi RO SC selama 4 bulan minimal Rp. 1.000.000. jika tidak tercapai maka bulan berikutnya status niaga diturunkan menjadi AB, dan seluruh saldo stok produk otomatis menjadi TP Pribadi yang bersangkutan (termasuk paket pendaftaran).
6. Memiliki Tools untuk penggunaan transaksi online (HSIS).
7. Memahami dan menjalankan Support System CELLS HNI-HPAI.⁷²

⁷²Ibid, 51.

Pendaftaran menjadi Agen HPAI dapat dilakukan pada orang-orang yang sudah menjadi Agen resmi HPAI. Bisa mendaftar pada stokis, Pusat Stokis Daerah, maupun pada Pusat Agency. Seperti penuturan ibu Mafa sebagai berikut:

Kalau untuk mendaftar menjadi Agen HPAI bisa dilakukan pada agen resmi HPAI mbak, bisa mendaftar pada stokis, pusat stokis daerah, maupun pada Pusat Agency. Di sini juga bisa melayani pendaftaran menjadi Agen HPAI mbak.⁷³

Sama halnya yang dikatakan oleh ibu Nuraeni :

Untuk pendaftarannya ke saya juga bisa mbak, bisa pada stokis, bisa ke Pusat Agency maupun pusat stokis daerah. yang penting agen resmi mbak.⁷⁴

Untuk biaya registrasi pendaftaran Untuk biaya registrasi pendaftaran ada dua versi, yaitu senilai Rp. 10.000 dan Rp. 30.000. Adapun penjelasannya sebagaimana penuturan Ibu Nuraeni selaku Stokis sebagai berikut:

Biaya registrasi pendaftaran ada dua versi, yaitu senilai Rp. 10.000 dan Rp. 30.000. kalau yang daftar dengan biaya Rp. 10.000 itu tidak mendapatkan Buku Panduan, Buku Peraturan Keagenan, maupun Kartu Anggota. Hanya berupa file pdf saja. Sedangkan yang mendaftar dengan biaya Rp. 30.000 mendapat Buku Panduan, Buku Peraturan Keagenan, maupun Kartu Anggota dan Buku Katalog mbak.⁷⁵

Berbeda dengan penuturan Ibu Linda sebagai berikut :

Biaya pendaftaran kalau di saya yaitu senilai Rp. 30.000 mbak. Dari biaya tersebut akan mendapatkan fasilitas berupa Buku Panduan, Buku Peraturan Keagenan, Kartu Anggota dan Buku

⁷³Wawancara 001/RE/2019.

⁷⁴Wawancara 005/RE/2019.

⁷⁵Wawancara 005/RE/2019.

Katalog yang mana dalam buku-buku tersebut sudah tertera bagaimana kejelasan mengenai produk-produk HPAI mbak.⁷⁶

Dalam merekrut anggota agen maupun member menggunakan daya tarik yang berlebihan agar calon anggota mau bergabung dengan bisnis di HPAI. Adapun seperti yang dikatakan salah satu agen yang bernama ibu Mafa penuturannya sebagai berikut :

Iya jadi sebisa mungkin saya berusaha agar jaringan saya bertambah banyak, mempresentasikan semaksimal mungkin yakni memberitahu pada mereka bahwa dalam bisnis ini akan mendapat keuntungan yang sangat besar dengan mengikuti bisnis syariah di HPAI.⁷⁷

Ibu Linda dan Ibu Nuraeni menambahkan yakni penuturannya sebagai berikut :

Saya mengatakan pada mereka bahwa jika mengikuti bisnis tersebut akan mendapat berbagai macam keuntungan dan bisa mendapat penghasilan yang besar dalam sebulan mbak, apalagi di bisnis ini kan halal dan sesuai syariah.⁷⁸

Jadi, salah satu strategi yang harus diterapkan untuk menarik minat calon anggota ialah terletak pada presentasi kita mbak, biasanya saya memberitahu kualitas produk yang halal serta berkualitas serta akan mendapat berbagai macam bonus yang besar jika mengikuti bisnis tersebut.

Selain pernyataan dari para agen disini terdapat beberapa pendapat dari customer , adapun pernyataan dari Ibu Suryani selaku customer ialah sebagai berikut :

Saya membeli produk HPA karna produknya halal serta yang katanya kualitasnya bagus, Agen menawarkan produk dan juga

⁷⁶Wawancara 009/RE/2019.

⁷⁷Wawancara 004/RE/2019.

⁷⁸Wawancara 006/RE/2019.

mengajak saya untuk bergabung menjadi membeinya, tetapi yang kurang saya sukai disini agen mengatakan sesuatu yang jauh dari fakta dan kemungkinannya, agen memberitahu dengan pendaftaran yang mudah bisa mendapat penghasilan cukup besar seperti, bisa membeli banyak mobil dan membeli banyak rumah mewah serta bisa umrah sekeluarga dalam waktu yang tidak lama.⁷⁹

Lebih lanjut penuturan dari Bpk Agus selaku Member yakni sebagai berikut :

Sebenarnya saya tertarik yang pertama ke halal an produk serta sistem bisnis nya menggunakan sistem Syariah, yang kedua karena saya tertarik dengan berbagai macam keuntungan yang dijanjikan mbak, Jadi ketika membeli produk HPA agen menawarkan untuk menjadi member dan saya tertarik untuk bergabung karena berbagai macam keuntungan yang agen tawarkan seperti mendapat penghasilan 5 sampai 20 juta perbulan dan bisa menjamin kualitas hidup yang tercukupi tetapi kenyataannya saya sudah lama menjadi member tidak bisa mencukupi kebutuhan saya hanya dari bisnis tersebut dan bisa dikatakan keuntungan yang dijanjikan jauh dari kemungkinan untuk didapatkan.⁸⁰

2. Pelaksanaan *Excessive Mark Up* Sistem *Marketing Network* PT HPAI di Wilayah Ponorogo.

Dalam penjualan produk maupun perekrutan anggota baru di HPAI harus sesuai dengan aturan dan ketentuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Supaya jaringan dalam bisnis tersebut berjalan dengan baik dan maksimal. Adapun prosedur perekrutan anggota maupun penjualan produk seperti yang di ungkapkan oleh Ibu Mafa yakni sebagai berikut:

Jadi gini mbak, jika ada yang beli produk HPAI kami sebagai pemilik toko/sistem keagenan berkewajiban untuk mencatat

⁷⁹Wawancara 008/RE/2019.

⁸⁰Wawancara 009/RE/2019.

nama-nama konsumen atau sesama Agen yang belanja ke toko saya dan mencatat produk-produk HPAI apa saja yang dibeli oleh konsumen pemakai atau sesama Agen. Kalau untuk perekrutan anggota jika ada yang tertarik dan minat untuk bergabung yakni dengan syarat mereka harus memberi nomor rekening beserta foto ktp mbak dan membayar biaya registrasi senilai Rp. 30.000 setelah itu saya memberikan buku pedoman, katalog produk dan kartu diskon mbak. Jadi saya menjual sekaligus berkesempatan menawarkan kepada mereka untuk ikut bergabung mbak.⁸¹

Sama halnya dengan yang di ungkapkan Ibu Mafa, Ibu Linda dan Ibu Nuraeni selaku pemilik Stokis HPAI yakni sebagai berikut :

Jadi jika ada yang belanja produk HPAI saya akan mencatat nama-nama mereka serta produk apa saja yang dibeli sebagai bentuk laporan kepada perusahaan uah gitu aja mbak. Dan ketika saya menawarkan untuk ikut bergabung di bisnis kami dan mereka berminat kemudian mereka saya mintai nomor rekening dan foto ktp untuk melengkapi persyaratan yang ditentukan oleh perusahaan. Beserta biaya pendaftaran yakni senilai Rp. 30.000 setelah itu mereka mendapat buku panduan sukses, buku katalog produk serta kartu diskon mbak.⁸²

Ketika saya menawarkan untuk ikut daftar menjadi member baru dan kemudian mereka tertarik saya langsung saja meminta nomor rekening serta foto ktp nya mbak serta biaya pendaftaran senilai Rp 30.000. dan mereka memperoleh buku pedoman, katalog dan kartu diskon. Jadi sangat mudah untuk daftar maupun persyaratannya mbak dengan begitu mereka sudah menjadi member. Tanpa saya banyak bicara ketika mereka sudah mendapat buku serta kartu dan saya telah mencatat jadi sudah selesai mbak.⁸³

Dalam sistem pemasaran HPAI setiap Agen ada kebolehan menjual atau mengiklankan produk-produk HPAI secara *offline*

⁸¹Wawancara 012/RE/2019.

⁸²Wawancara 010/RE/2019.

⁸³Wawancara 011/RE/2019.

maupun *online* dalam pengembangan bisnis dalam jaringannya.

Adapun penuturan Ibu Linda sebagai berikut :

Jadi dalam mempromosikan produk ini saya melakukannya secara *online* mbak, bisa melalui facebook, bisa di watshaap juga bisa di instagram. Disitu saya tidak hanya mempromosikan produk tetapi juga bisa merekrut anggota baru menarik minat masyarakat. Dari situ saya bisa bekerja dengan mudah dan hemat tenaga mbak Kalau *offline* kan memerlukan banyak biaya, Sebenarnya sangat bisa dengan *online* itu tanpa modal. Dalam artian modal sekecil apapun bisa jalan di HPAI ini. Ya biasanya kan transfer uang duluan kalau ada agen yang beli. Baru setelah itu produknya dikirimkan menurut saya cara yang paling ampuh ialah memang melalui internet mbak.⁸⁴

Hal serupa dikatakan oleh Ibu Mafa yakni :

Jadi begini mbak, dalam upaya pengembangan bisnis kami yaitu strategi yang menurut saya paling mudah yakni dengan cara promosi melalui *online* dan ada pula web nya. Saya mempromosikan produk HPAI di media sosial watshaap, facebook dan instagram. Di situ saya memposting produk sekaligus mengajak calon anggota baru untuk bergabung.⁸⁵

Tetapi berbeda dengan penuturan Ibu Nuraeni yang lebih memilih melakukan dua strategi sekaligus dalam pengembangan bisnisnya yakni sebagai berikut :

Saya memasarkan produk-produk HPAI ini secara offline yakni melalui brosur serta buku pedoman/panduan sukses HPAI jika dirumah ada konsumen yang membeli produk kami saya juga sekaligus menawarkan untuk bergabung di bisnis kami secara langsung. Selain offline saya juga memasarkan melalui online mbak yakni melalui web, watshaap, facebook dan di instagram.

⁸⁴Wawancara 007/RE/2019.

⁸⁵Wawancara 004/RE/2019.

Dari situ saya memposting produk bisa sekalian mengajak calon member untuk ikut bergabung di bisnis kami.⁸⁶

Upaya agen dalam menarik minat customer ialah dengan menjelaskan keunggulan dari produk HPAI yakni terkait dari harga maupun kualitasnya, berikut seperti yang dikatakan para agen HPA wilayah Ponorogo Ibu Mafa sebagai berikut :

Iyaa mbak saya memberitahu harganya karna yang dipertanyakan konsumen pembeli yang utama pasti menanyakan harga, dan saya mengambil keuntungan atau laba dalam menjual produk juga berdasarkan ketentuan dari perusahaan mbak, selain itu supaya menarik minat pembeli saya juga menjelaskan manfaat yang ada dalam produk HPAI saya jual mbak.⁸⁷

Sama halnya yang dikatakan oleh Ibu Nuraeni :

Saya menjelaskan harga produknya mbak biar jelas dan juga saya jelaskan terkait kegunaan/ manfaat dari tiap-tiap produk yang akan konsumen beli supaya konsumen juga merasa diuntungkan serta merasa puas membeli di sini mbak.⁸⁸

Ibu Linda juga sependapat dengan penuturan Ibu Mafa dan Ibu Nuraeni :

Iya, jadi saya memberitahu harga dari tiap produk yang akan konsumen beli mbak dan jika konsumen ragu dan berfikiran “kog mahal ya mba” kemudian juga saya jelaskan tentang laba atau keuntungan yang saya dapat itu sesuai ketentuan perusahaan jadi saya tidak mengambil keuntungan semau saya sendiri serta saya jelaskan bahwa kandungan dalam produk HPAI itu sangat banyak serta bahan-bahan yang digunakannya pun semuanya herbal dan berkualitas jadi konsumen pun merasa diuntungkan mbak.⁸⁹

⁸⁶Wawancara 006/RE/2019.

⁸⁷Wawancara 012/RE/2019.

⁸⁸Wawancara 010/RE/2019.

⁸⁹Wawancara 011/RE/2019.

Berikut adalah beberapa pernyataan yang diungkapkan oleh customer atau konsumen terkait harga serta kualitas produk yang didapatkan setelah memakai produk HPA Seperti penuturan bapak Nurdin selaku konsumen ialah sebagai berikut :

Saya tertarik membeli produk tersebut karena katanya kualitasnya bagus dan bisa terlihat hasilnya setelah memakai atau mengonsumsinya walau harga produknya bagi saya sangat mahal mbak, tetapi melihat dari hasilnya setelah saya memakai kualitas produknya biasa saja, sebagai contoh saya membeli propolis melia yang katanya sangat ampuh sebagai obat segala penyakit seperti bisa menyuburkan rambut sampe menyembuhkan kanker, bisa menguruskan badan dsb tapi kenyataannya saya memakai tidak ada perubahan dan yang kata nya agen nya pun ikut memakai dan terasa hasilnya tp nampak sama saja. Jujur saya merasa dirugikan mbak karna saya tertarik dari testimonial yang diberikan yang katanya ampuh tapi kenyataannya tidak,⁹⁰

Berbeda dengan penuturan Ibu Hanik yang merupakan customer produk HPAI. Adapun yang diungkapkan Ibu Hanik selaku customer ialah sebagai berikut :

Jadi,saya membeli karna produk HPAI ialah produk yang katanya aman digunakan dan juga khasiatnya bagus serta halal mbak, tetapi setelah saya memakainya tidak ada perubahan, contoh saya membeli produk kecantikan yang katanya mampu memutihkan kulit dengan waktu yang tidak lama tetapi kenyataannya tidak putih dan agen mengaku memakai dan katanya terlihat hasilnya tp kenyataannya maaf masih tetap hitam. Dan contoh lagi agen mengaku memakai obat langsingin seharga 300rb yang katanya jika diminum kualitasnya untuk menguruskan badan sangat ampuh tapi realitanya agen masih gemuk. Jadi, Agen lebih lebihkan kualitas produk tetapi kenyataannya kualitasnya tidak

⁹⁰Wawancara 013/RE/2019.

nampak atau biasa saja mbak, jadi saya merasa rugi karena tidak sesuai dengan kualitasnya melihat harganya selangit.⁹¹

Dari pernyataan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa sistem *marketing network* yang dilakukan seorang Agen maupun Member dalam merekrut calon anggotanya yaitu dengan menerapkan daya tarik yang berlebihan yang memberikan gambaran jauh untuk didapat seperti menjanjikan sesuatu hadiah keliling dunia maupun penghasilan 20 juta per bula. Jadi, dapat disimpulkan bahwa sistem marketing network PT HPAI di wilayah Ponorogo belum sesuai dengan ketentuan fatwa DSN MUI no 75 tahun 2009 poin 8 tentang *ighra'* yang bunyi nya adalah *Ighra' adlah daya tarik luar biasa yang menyebabkan orang lalai terhadap kewajibannya demi melakukan hal-hal atau transaksi dalam rangka memperoleh bonus atau komisi yang dijanjikan*. Dan kualitas produk yang diberikan serta harga yang ditetapkan belum sesuai dengan ketentuan fatwa DSN MUI No 75 tahun 2009 karena harga tidak sepadan dengan kualitas yang diperoleh customer.

⁹¹Wawancara 014/RE/2019.

BAB IV

ANALISIS FATWA DSN-MUI TERHADAP SISTEM MARKETING NETWORK PT HERBA PENAWAR ALWAHIDA INDONESIA (HPAI) DI WILAYAH PONOROGO.

A. Analisis Fatwa DSN-MUI No.75 Tahun 2009 Terhadap Ighra' Sistem MarketingNetwork PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) di Wilayah Ponorogo.

Multi level Marketing merupakan pemasaran yang dilakukan banyak level atau banyak tingkat, yang biasanya dikenal dengan istilah *upline* (tingkat atas) dan *downline* (tingkat bawah). Cara kerja bisnis MLM pada umumnya ialah menjual produk dan mengajak orang lain untuk bergabung didalam bisnis tersebut. Salah satu bisnis MLM adalah Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI), merupakan perusahaan yang menjual produk-produk herbal seperti produk keseharian, produk kesehatan dan produk kecantikan.⁹²

Untuk bergabung di bisnis HPAI calon member harus mendaftar dengan biaya registrasi sebesar Rp. 30.000, dari biaya tersebut member baru akan memperoleh fasilitas berupa buku panduan sukses HPAI, buku katalog produk dan berupa kartu diskon atau kartu anggota.⁹³

Paparan data dalam BAB III menunjukkan serangkaian kegiatan yang menitikberatkan pada pelaksanaan Ighra' Penjualan Langsung

⁹²Mafa, *Hasil Wawancara*, pada tanggal 11 October 2018.

⁹³Ibid.

Berjenjang Syariah (PLBS) di wilayah Ponorogo. Dalam hal ini yang digunakan dalam PLBS (Penjualan Langsung Berjenjang Syariah) menurut Fatwa DSN-MUI No: 75/DSN-MUI/VII/2009 poin 8 dan 11, seperti yang telah di jelaskan dalam BAB II adalah:⁹⁴

1. Member get Member adalah strategi perekrutan keanggotaan baru PLB yang dilakukan oleh anggota yang telah terdaftar sebelumnya.

Secara etimologi, member get member berasal dari bahasa inggris, member berarti anggota, sedangkan get berarti mendapat, menangkap, memberi atau membujuk. Member get member mengacu pada istilah yang lazim digunakan dalam strategi pemasaran. Sebagai suatu konsep pemasaran, member get member dapat diartikan sebagai sebuah teknik perekrutan pelanggan atau organisasi, yaitu dengan cara menawarkan suatu insentif kepada anggota yang telah terdaftar agar mereferensikan anggota baru.

Meskipun tidak memiliki suatu konsep dan bentuk yang baku, namun ini strategi pemasaran member get member adalah suatu perusahaan mengikutsertakan atau menjadikan pelanggan atau nasabah sebagai konsumen jaringan, untuk merekrut anggota baru, untuk itu perusahaan menawarkan suatu insentif (bisa berupa bonus, diskon hadiah uang maupun barang dan sebagainya) yang akan diiberikan oleh perusahaan kepada pelanggan yang berhasil merekrut anggota.

⁹⁴Fatwa DSN-MUI No: 75/DSN-MUI/vii/2009

Strategi perekrutan anggota HPAI yang dilakukan oleh agen maupun member di wilayah Ponorogo ialah umumnya memanfaatkan dengan media sosial. Tetapi mereka lebih menggunakan media *online* daripada *offline* dalam memasarkan dan menambah jaringan didalam bisnisnya. Umumnya mereka memanfaatkan media sosial dengan memposting produk-produk HPA melalui watshaap, facebook serta instagram. Agen maupun member mempromosikan produk HPAI sekaligus menawarkan kepada calon anggotanya untuk ikut bergabung dalam bisnis HPAI. Biaya pendaftaran untuk menjadi member baru ialah sebesar 30 ribu dengan fasilitas berupa kartu member dan buku keagenan serta katalog produk dan minimal pembelanjaan 5 juta untuk agen baru.

2. Ighra' adalah daya tarik luar biasa yang menyebabkan orang lalai terhadap kewajibannya demi melakukan hal-hal atau transaksi dalam rangka memperoleh bonus atau komisi yang dijanjikan.⁹⁵

Ighra' adalah memberikan iming-iming atau janji-janji manis yang berlebih-lebihan. Sebenarnya *Ighra'* dalam batas tertentu bisa jadi merupakan hal yg positif, karena dengan adanya ighra, iming-iming atau insentif yang dijanjikan, seseorang akan termotifasi untuk melakukan suatu pekerjaan atau untuk bekerja lebih keras. Tanpa ada motifasi maka manusia akan cenderung bermalas-malasan, hanya saja motifasi itu tidak boleh berlebihan.

⁹⁵Ibid,

Strategi perekrutan anggota yang dilakukan agen maupun member HPA di wilayah Ponorogo yakni mengandalkan daya tarik yang berlebihan kepada calon anggotanya, yakni pada saat presentasi mereka memberikan janji-janji manis atau iming-iming yang memberikan gambaran yang sangat jauh dari kenyataannya. Yaitu seperti menjanjikan kualitas hidup sempurna jika bergabung dalam bisnis tersebut, bisa membeli banyak rumah mewah, bisa mendapat penghasilan 20 juta per bulan, bisa touring keliling dunia dan berbagai macam bonus yang tinggi, walau kenyataannya para member maupun para agen tersebut bahkan mencukupi kebutuhan hidup dari hasil bisnis tersebut saja belum bisa dan mereka pun masih belum bisa mendapatkan yang dijanjikan itu, bukankah tindakan yang berlebihan itu dilarang, melihat dari aturan syariah yakni dalam ketentuan fatwa DSN MUI No 75 tahun 2009 tentang PLBS.

Melihat dari ketentuan di atas tersebut dapat dikatakan agen maupun member telah lalai dalam melakukan kewajibannya yakni dalam merekrut anggota memberikan daya tarik yang berlebih lebih terhadap calon anggotanya dengan memberikan janji-janji yang memberikan gambaran yang jauh. Jadi, bisa disimpulkan bahwa agen maupun member HPA di wilayah Ponorogo belum sesuai dengan ketentuan Fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009 poin 8 yaitu tentang Ighra' adalah Ighra' adalah daya tarik luar biasa yang menyebabkan

orang lalai terhadap kewajibannya demi melakukan hal-hal atau transaksi dalam rangka memperoleh bonus atau komisi yang dijanjikan

B. Analisis Fatwa DSN-MUI Terhadap *Excessive Mark Up* PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) di Wilayah Ponorogo.

Perusahaan yang menjalankan penjualan produk melalui sistem *multi level marketing* banyak bermunculan belakangan ini, karena di dalamnya mengandung unsur positif, asalkan diisi dengan nilai-nilai Islam dan sistemnya disesuaikan dengan syariah Islam. Bisnis dengan sistem ini tidak hanya sekedar menjalankan penjualan produk barang, tapi juga jasa, yaitu jasa *marketing* yang berlevel-level dengan imbalan berupa *marketing fee*, bonus, hadiah, dan sebagainya, tergantung dari prestasi dan *level* seorang anggota.⁹⁶

Bisnis MLM sering disebut bisnis penjualan berjenjang yang artinya memasarkan suatu produk melalui para Agen yang terlibat di dalamnya, selain memasarkan produk para Agen juga melakukan perekrutan anggota yang mana dalam perekrutan anggota maupun penjualan produk harus dilakukan berdasarkan aturan-aturan dari perusahaan serta tidak melanggar dari ketentuan Islam.

Salah satu larangan yang harus dihindari seseorang dalam menjalankan bisnisnya ialah harus menghindari menaikkan harga yang berlebihan demi mendapatkan pendapatan yang dijanjikan. Adapun yang dimaksud menaikkan harga berlebih atau bisa disebut *Excessive Mark-*

⁹⁶Ayu Dewu Utami, "Pelaksanaan Jual Beli Melalui Sistem Multi Level marketing Perspektif Hukum Islam," *Varia Justicia*, Vol. 12 No. 1 (2016) ,17.

updalam fatwa DSN MUI No 75 tahun 2009 poin 10 bahwa *Excessive Mark-up* adalah batas margin laba yang berlebihan yang dikaitkan dengan hal-hal lain di luar biaya.⁹⁷

Istilah *Mark up* adalah menaikkan harga jual dari harga pokok nya, yang biasanya digunakan oleh para pedagang yang usahanya membeli dan menjual kembali barang tersebut. Pedagang yang membeli barang-barang dagangan akan menentukan harga jualnya setelah menambah harga beli dengan sejumlah *mark up*. Keuntungan bisa diperoleh dari sebagian *mark up* tersebut. Selain itu, pedagang tersebut juga harus mengeluarkan sejumlah biaya eksploitasi yang juga diambilkan dari sebagian *mark up*. Sehingga perlu diketahui bahwa *mark up* yang berlebihan itu dilarang apalagi tidak sepadan dengan kualitas yang diperoleh, pastinya akan merugikan konsumen.

Dalam PLBS tidak diperbolehkan ada kenaikan harga/biaya yang berlebihan (*excessive mark-up*) di mana hal tersebut dapat merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas/manfaat yang diperoleh. *Excessive Mark-Up* adalah batas *margin* laba yang berlebihan yang dikaitkan dengan hal-hal lain di luar biaya. Jika dilihat secara logis, harga PLB harus lebih murah dibandingkan harga pasar ketika dibandingkan dengan jenis dan kualitas barang yang sama, karena dalam produk PLB tidak dibebani biaya promosi dan penggajian karyawan

⁹⁷Fatwa DSN MUI No75/DSN-MUI/VII/2009

Harga produk HPAI yang ditetapkan sangat mahal bahkan 2-3x lipat dari harga umum melihat hasil dari pemakaian atau mengonsumsi produk tersebut biasa saja, harga yang tinggi di bumbui dengan overclaim atau contoh kualitas produk yang menjanjikan. Dimana agen maupun member menawarkan produk dengan kemampuan dan keampuhan yang besar-besaran dengan modal testimonial saja tanpa di cek kebenarannya. Contoh agen mengaku memakai obat langsingin seharga 300rb yang katanya jika diminum kualitasnya untuk menguruskan badan sangat ampuh tapi realitanya agen masih gemuk dan member mengaku menggunakan produk kecantikan yang membuat kulit putih tetapi realitanya member tersebut tidak nampak perubahan setelah memakai produk tersebut.

Agen melebih lebihkan kualitas produk tetapi kenyataannya kualitasnya tidak nampak atau biasa saja. Agen maupun member menarik minat konsumen dengan menaikkan harga yang mahal berdasarkan testimonial saja dan tidak jelas kebenarannya demi mendapatkan komisi yang dijanjikan perusahaan.

Melihat dari ketentuan di atas dapat diketahui bahwa seorang agen maupun member dalam pemasaran produknya yakni dengan menjual produk yang sangat mahal bahkan sampai 2-3x lipat dengan disertai kualitas produk berdasarkan overclaim atau contoh testimonial yang belum jelas kenyataannya. Jadi, dapat disimpulkan bahwa sistem marketing network PT HPAI di wilayah Ponorogo belum sesuai dengan ketentuan

fatwa DSN MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah poin 10 tentang excessive mark up yang berbunyi “Excessive Mark-up adalah batas marjin laba yang berlebihan yang dikaitkan dengan hal-hal lain di luar biaya”.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan merupakan jawaban atas rumusan masalah yang sudah dipaparkan di bab-bab sebelumnya. Di antaranya sebagai berikut :

1. Pelaksanaan Ighra' sistem *Marketing Network* PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) di wilayah Ponorogo belum sesuai dengan ketentuan Fatwa DSN MUI No: 75/DSN-MUI/VII/2009, karena anggota HPAI dalam merekrut anggota menggunakan daya tarik yang berlebihan dengan memberikan janji muluk atau iming-iming hadiah, bonus dan pendapatan yang besar dalam waktu singkat.
2. Pelaksanaan *Excessive mark up* sistem *Marketing Network* PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) di wilayah Ponorogo belum sesuai dengan ketentuan Fatwa DSN MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009, karena agen maupun member menjual produk dengan harga mahal yang tidak sesuai/sepadan dengan kualitas yang diperoleh customer.

B. Saran

Dalam penulisan skripsi ini, penulis akan memberikan saran-saran terkait dengan judul pembahasannya. Diharapkan bahwa akan berguna bagi penulis khususnya dan umumnya bagi pembaca. Adapun saran sarannya adalah sebagai berikut:

1. Masyarakat pelaku usaha harus selektif dalam memilih usaha berbasis bisnis berjenjang atau *Multi Level Marketing*, dalam artian harus memperhatikan bagaimana sistem bisnisnya sudahkah memenuhi kriteria dalam ekonomi Islam ataukah belum memenuhi.
2. Mengenai pemasaran dan perekrutan anggota MLM perlu mendapat inovasi. Sehingga suatu jaringan kerja akan lebih mudah berkembang dan pemerataan kesempatan untuk sukses bagi setiap anggota bisa berjalan lebih efektif.



DAFTAR PUSTAKA

- Afarat, Ulfa Fadhilah. Analisis Fatwa DSN MUI No.75 tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) Terhadap Jual Beli Pulsa Melalui Duta Network Indonesia (DNI) Madiun. *Skripsi*. Ponorogo : IAIN Ponorogo, 2018.
- Afifuddin dan Beni Ahmad Saebandi, *Metodologi Penelitian Kualitatif* . Bandung : CV Pustaka Setia , 2009.
- Alma, Buchari dan Donni Juni Priansa. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung : Alfabeta, 2014.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syari'ah dalam Teori dan Praktik*. Jakarta : Gema Insani, 2001.
- Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2012.
- Aziz, Abdul dan Mariyah Ulfa. *Kapita Selekta Ekonomi Islam*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Basrowi dan Suwandi. *Memahami Penelitian Kualitatif* . Jakarta : Rineka Cipta, 2008.
- Bungin, Burhan. *Metode Penelitian Kualitatif* . Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2004.
- Fatwa DSN-MUI NO. 75/DSN-MUI/VII/2009.
- Ghoni, Djunaedi dan Fauzan Almashur, *Metode Penelitian Kualitatif* . Yogyakarta : Ar- Ruzz Media, 2012.
- Gunawan, Imam. *Metode Penelitian Kualitatif*, Cet.Ke-2. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014.
- Himpunan Fatwa Keuangan Syariah Dewan Syariah Nasional MUI. Jakarta : Erlangga, 2014.
- Huda, Nurul. *Ekonomi Makro Islam : Pendekatan Teoritis*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2008.
- Idri, *Ekonomi dalam Perpektif Hadis Nabi*. Jakarta : Prenada Media Group, 2015.
- Kuswara, *Mengenal MLM Syariah Dari Halal Haram Kiat Berwirausaha Sampai Dengan Pengelolaannya*. Jakarta : Qultum Media, 2005.

- Lubis, K Suhrawardi. *Hukum Ekonomi Islam*, Cet. 2 Jakarta : Sinar Grafika, 2000.
- Mardani, *Hukum Perikatan Syariah Di Indonesia*. Jakarta : Sinar Grafika, 2013.
- Mardani, *Hukum Sistem Ekonomi Islam*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2015.
- Moleong, Lexy j. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2000.
- Mufid, Mohammad. *Ushul Fiqh Ekonomi Dan Keuangan Kontemporer*. Jakarta : Prenada Media Group, 2016.
- Mujito, Multivel Marketing Milionaire Club Indonesia (MCI) Dalam Perspektif Undang Undang No.07 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, Fikih Muamalah Dan Fatwa DSN MUI No. 75/DSN/MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah. *Skripsi*. Salatiga : IAIN Salatiga, 2017.
- Mustofa, Imam. *Fiqih Muamalah Kontemporer*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2016.
- Muta'ali, Khabib. Analisis Hukum Islam Terhadap Praktek Bisnis MLM Stokis HPAI Kurnia Ponorogo. *skripsi*. Ponorogo : IAIN Ponorogo, 2016.
- Nasution, Mustafa Edwin. *Pengenalan eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2007.
- Panduan Sukses HPAI. *Produk Halal Tanggung Jawab Bersama*. Jakarta : PT HPAI, 2016.
- Purnama, Deni. Penerapan kad Wakalah Bil Ujah Dalam Industri Asuransi Dan Lembaga Keuangan Syariah, *Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*, Vol 2, No 1 2012.
- Putera, Nusa. *Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2013.
- Putri, Mirawati Susanto. Pelaksanaan Fatwa DSN MUI No.75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah Pada Sistem Penjualan Langsung Berjenjang Di PT.Natural Nusantara Yogyakarta. *Skripsi*. Surakarta : IAIN Surakarta, 2018.
- Sari, Debi Yunita. Implementasi Fatwa DSN MUI No 83/DSN MUI/VI/2012 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) Jasa Perjalanan Umrah Di PT Arminareka Perdana Cabang Ponorogo. *Skripsi*. Ponorogo : IAIN Ponorogo, 2017.

- Sudarsono, Heri. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta : Ekonisia, 2004.
- Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2002.
- Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta : Rajawalipers, 2011.
- Syafe'i, Rachmat. *Fiqh Muamalah*. Bandung : CV Pustaka Setia, 2001.
- Utami, Ayu Dewu. Pelaksanaan Jual Beli Melalui Sistem Multi Level marketing Perspektif Hukum Islam, *Varia Justicia*, Vol. 12, No. 1 2016.
- Yuliana, Indah. *Investasi Produk Keuangan Syariah*. Malang : UIN Maliki Press, 2010.
- Zainudin, *Hukum Ekonomi Syariah*. Jakarta : Sinar Grafika, 2009.

