

**STRATEGI BISNIS MULTILEVEL MARKETING SYARI'AH  
MELALUI SYI'AR HALAL NETWORK  
(Studi Kasus Pada Halal Network International  
PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (HNI-HPAI)  
*Business Center Purwokerto*)**



**IAIN PURWOKERTO**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi (S.E.)

**IAIN PURWOKERTO**

Oleh:

**RISMA UMAMI**

**NIM. 1522201026**

**JURUSAN EKONOMI SYARI'AH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PURWOKERTO  
2019**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Risma Umami

NIM : 1522201026

Jenjang : S-1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Program Studi : Ekonomi Syari'ah Syariah

Judul Skripsi : **Strategi Bisnis Multilevel Marketing (MLM) Syari'ah Melalui Syi'ar Halal Network (Studi Kasus Pada Halal Network International PT Herba Penawar Alwahida Indonesia Business Center Purwokerto)**

Menyatakan bahwa naskah Skripsi berjudul ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 27 Juni 2019



Risma Umami  
NIM. 1522201026

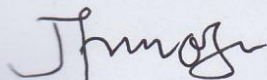
## PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**STRATEGI BISNIS MULTILEVEL MARKETING SYARIAH  
MELALUI SYI'AR HALAL NETWORK  
(Studi Kasus Pada Halal Network International  
PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HNI-HPAI)  
Business Center Purwokerto)**

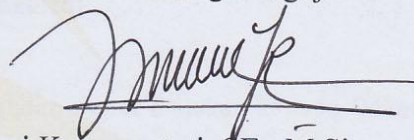
Yang disusun oleh Saudari **Risma Umami** NIM. 1522201026 Jurusan/Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto, telah diujikan pada hari **Selasa**, tanggal **02 Juli 2019** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E)** oleh Sidang Penguji Skripsi

Ketua Sidang/Penguji



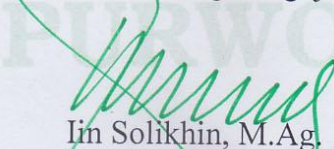
Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag.  
NIP. 197412172003121006

Sekretaris Sidang/Penguji



Dani Kusumastuti, SE., M.Si.  
NiP. 197504202006042001

Pembimbing/Penguji



Iin Solikhin, M.Ag.  
NIP. 197208052001121002

Purwokerto, Juli 2019  
Mengetahui/Mengesahkan  
Dekan



Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.  
NIP. 197309212002121004

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis Islam  
IAIN Purwokerto  
di-  
Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari Risma Umami, NIM. 1522201026 yang berjudul :

**Strategi Bisnis Multilevel Marketing (MLM) Syari'ah Melalui Syi'ar Halal Network (Studi Pada Halal Network International PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia Business Center Purwokerto)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

IAIN PU

Purwokerto, Juni 2019

Pembimbing,

  
Iin Solikhin, M.Ag

NIP. 197208052001121002

**MOTTO**

**“Life Is Struggle”**

**Hidup Adalah Perjuangan.**





**STRATEGI BISNIS MULTILEVEL MARKETING (MLM) SYARI'AH  
MELALUI SYI'AR HALAL NETWORK  
(Studi Kasus Pada Halal Network International PT Herba Penawar  
Alwahida Indonesia Business Center Purwokerto)**

**Risma Umami  
NIM.1522201026**

E-mail: [Riezurisma17@gmail.com](mailto:Riezurisma17@gmail.com)

Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

**ABSTRAK**

Salah satu kegiatan ekonomi yang berkembang pesat saat ini adalah Multilevel Marketing (MLM). MLM merupakan sebuah metode bisnis alternatif yang berhubungan dengan pemasaran dan distribusi yang dilakukan oleh banyak level. Bisnis MLM ini seringkali disalahartikan sebagai cara cepat dan mudah mendapatkan kekayaan. Pandangan ini muncul karena banyaknya bisnis money game yang mengatasnamakan MLM sehingga masyarakat hanya mengenal MLM adalah sebagai bisnis uang. MLM syari'ah muncul sebagai solusi bisnis orang-orang muslim agar menjalankan bisnis pada jaringan yang halal.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi bisnis MLM syari'ah melalui syi'ar halal network pada PT Herba Penawar Alwahida Indonesia Business Center Purwokerto. Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (field research) dengan jenis penelitian kualitatif dan metode analisis deskriptif kualitatif.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi bisnis MLM syari'ah yang digunakan oleh PT Herba Penawar Alwahida Business Center Purwokerto adalah sesuai dengan syari'at islam yaitu dengan PCA dan HS dan sudah mendapat sertifikat halal dari MUI. Strategi bisnis pada perusahaan ini tidak terdapat unsur gharar, riba dan merugikan. Komitmen PT Herba Penawar Alwahida Indonesia adalah "halal is my way" dimana produk dan jaringan halal merupakan prinsip dari perusahaan ini. Produk yang dijual adalah produk halal berazaskan thibunnabawi serta sudah mendapatkan ijin edar dari BPOM dan sertifikat halal dari MUI. Adapun sistem bonus dan royalty pada PT HPAI adalah menggunakan akad ju'alah, dimana bonus dan royalty diberikan berdasarkan prestasi kerja para agen.

**Kata Kunci: Strategi Bisnis MLM Syari'ah, HNI-HPAI BC Purwokerto, Halal Network**

**STRATEGY BUSINESS SYARI'AH MULTILEVEL MARKETING (MLM)  
THROUGH SYI'AR HALAL NETWORK  
(Study Case on Halal Network International PT Herba Penawar Alwahida  
Indonesia Business Center Purwokerto)**

**Risma Umami**

**NIM.1522201026**

E-mail: [Riezurisma17@gmail.com](mailto:Riezurisma17@gmail.com)

*Islamic Economics Department, Faculty of Economics and Islamic Business  
The State Islamic Institute (IAIN) Purwokerto*

**ABSTRACT**

One of the fast growing economic activities is Multilevel Marketing (MLM). MLM is an alternative business method that deals with marketing and distribution carried out by many levels. This MLM business is often misinterpreted as a quick and easy way to get wealth. This view arises because of the many money game businesses on behalf of MLM so that people only know MLM as a money business. Shari'ah MLM emerged as a business solution for Muslims to run a business on halal networks.

This study aims to determine the MLM syari'ah business strategy through syi'ar halal network at PT Herba Penawar Alwahida Indonesia Business Center Purwokerto. This study uses field research with the type of qualitative research and qualitative descriptive analysis methods.

Based on the results of the study, it can be concluded that the syari'ah MLM business strategy used by PT Herba Penawar Alwahida Indonesia Business Center Purwokerto is in accordance with the Islamic Shari'ah that is by PCA and HS (Home Sharing) and has received a halal certificate from the MUI. The business strategy in this company has no gharar, usury and adverse elements. PT Herba Penawar Alwahida Indonesia's commitment is "halal is my way" where halal products and networks are the principle of this company. The products sold are halal products based on thibunnabawi and have obtained marketing licenses from BPOM and halal certificates from MUI. The bonus and royalty system at PT HPAI is to use the akad ju 'alah, where bonuses and royalties are awarded based on the work performance of the agents.

Keywords: MLM Business Strategy Syari'ah, HNI-HPAI BC Purwokerto, Halal Network

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

### Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	B	be
ت	ta'	T	te
ث	ša	ša	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	ḥ	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	de
ذ	žal	ž	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)



ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	ge
ف	fa'	F	ef
ق	Qaf	Q	qi
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	w
هـ	ha'	H	ha
ء	Hamzah	'	apostrof
ي	ya'	Y	ye

**Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap**

متعددة	ditulis	<i>muta'addidah</i>
عدة	ditulis	<i>'iddah</i>

**Ta' Marbuṭah di akhir kata bila dimatikan tulis h**

حكمة	ditulis	<i>ḥikmah</i>
------	---------	---------------

جزية	ditulis	<i>Jizyah</i>
------	---------	---------------

(Ketentuan ini tidak diperlukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, shalat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “*al*” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*.

كرامة الأولياء	ditulis	<i>karāmah al-auliya'</i>
----------------	---------	---------------------------

- b. Bila *ta' marbutah* hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan *t*.

زكاة الفطر	ditulis	<i>zakāt al-fīṭr</i>
------------	---------	----------------------

### Vokal Pendek

◌َ	<i>fathah</i>	Ditulis	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	Ditulis	I
◌ُ	<i>ḍammah</i>	Ditulis	U

### Vokal Panjang

1.	<i>fathah</i> + alif	Ditulis	<i>ā</i>
	جاهلية	Ditulis	<i>ḡahiliyyah</i>
2.	<i>fathah</i> + ya' mati	Ditulis	<i>ā</i>
	تنسى	Ditulis	<i>tansā</i>
3.	<i>kasrah</i> + ya' mati	Ditulis	<i>ī</i>
	كريم	Ditulis	<i>karīm</i>
4.	<i>ḍammah</i> + wāwu mati	Ditulis	<i>ū</i>
	فروض	Ditulis	<i>furuḍ</i>

### Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	ai
	بينكم	Ditulis	bainakum
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	au
	قول	Ditulis	qaul

### Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أأنتم	Ditulis	a'antum
أعدت	Ditulis	u'iddat
تن شكرتم	Ditulis	la'in syakartum

### Kata Sandang Alif+Lam

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*.

القرآن	ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	ditulis	<i>al-Qiyās</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l* (el) nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

### Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

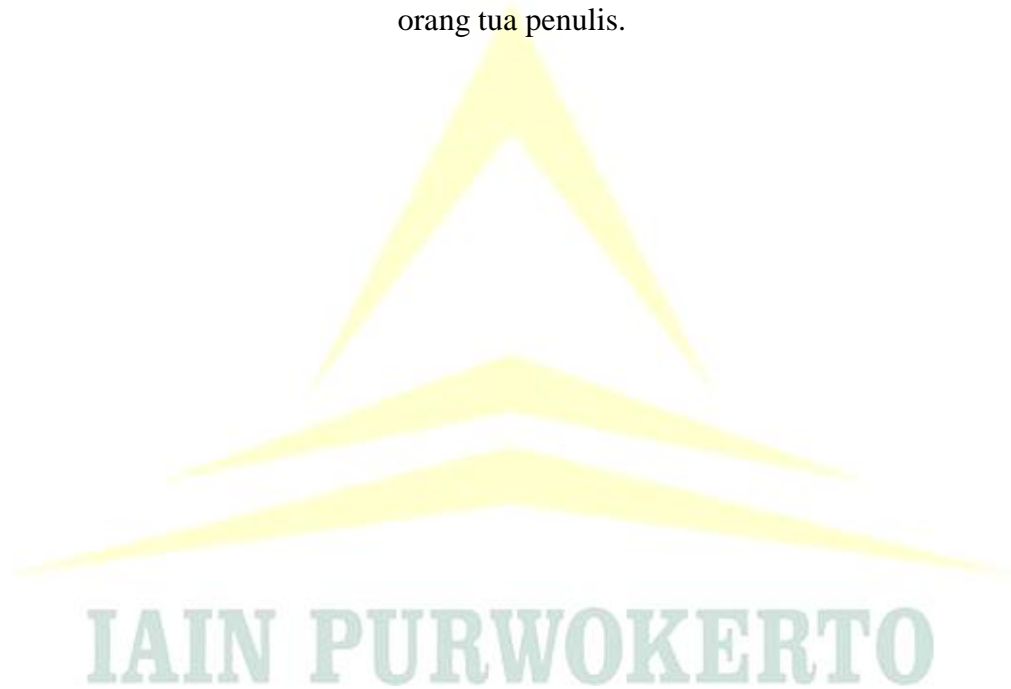
Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوى الفروض	Ditulis	<i>zawī al-furuḍ</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>

## **PERSEMBAHAN**

Dengan penuh rasa syukur dan segala ketulusan hati, penulis persembahkan karya sederhana ini kepada Bapak, Ibu dan Adik-Adikku tersayang yang telah menjadi inspirator, motivator serta alasan utama untuk memberikan baktiku atas segala yang telah beliau korbakan dengan ketulusan dan keikhlasan hati.

Semoga karya ini bisa dijadikan sebagai salah satu bentuk pengabdian kepada orang tua penulis.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah dan karunia-Nya. Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada para sahabatnya dan *tabi'i*. semoga kita senantiasa mengikuti semua ajarannya dan kelak semoga kita mendapat syafa'atnya di hari penantian.

Bersamaan dengan selesainya skripsi ini, penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag., Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
2. Dr. Fauzi, M.Ag., Wakil Rektor I Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
3. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Wakil Rektor II Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
4. Dr. H. Sulkhan Chakim, S.Ag. M.M., Wakil Rektor III Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
6. Dewi Laela Hilyatin, SE., M.S.I., Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.

7. Iin Solikhin, M.Ag., pembimbing penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi. Terima kasih saya ucapkan atas segala bimbingan, arahan, masukan, motivasi, serta kesabarannya demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Semoga senantiasa Allah selalu memberikan perlindungan dan membalas kebaikan Bapak.
8. Segenap Dosen dan Staff Administrasi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
9. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto yang telah mengajarkan dan membekali ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Orang tua penyusun, Bapak Ahmad Muharir dan Ibu Sukarsih yang merupakan orang tua terhebat, yang telah mencurahkan kasih sayangnya, merawat, mendidik, serta doa-doanya yang selalu menguatkan semangat dan keyakinan kepada penulis. Jasanya tidak dapat dibalas dengan apapun, semoga bapak dan ibu tetap berada dalam lindungan, kasih sayang dan kemuliaan dari Allah SWT.
11. Terimakasih kepada keluarga mbah Nasiruddin yang telah memberi semangat, motivasi, do'a serta dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini.
12. Terima kasih kepada adik-adik penulis, Anif Musofa, Salsabila, Fahmi Alqowi yang telah memberikan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan karya ini. Semoga Allah memuliakan adik-adik penulis dan



tetap dalam lindungan Allah SWT dalam mencapai segala hal dan kesuksesan di dunia dan di akhirat.

13. Terimakasih kepada Kepala Business Center Purwokerto bapak Nasruddin yang telah berkenan membantu terselesaikannya skripsi ini.
14. Kawan-kawan seperjuangan Jurusan Ekonomi Syariah A angkatan 2015, terima kasih atas kebersamaan kita dalam suka maupun duka semoga tak akan pernah terlupakan.
15. Terimakasih kepada Heru Bagas Setiawan yang telah memberikan dukungan dan motivasi untuk terselesaikannya studi ini.
16. Terimakasih juga kepada Shofi Amaliyah dan Wulan Budiningsih yang selalu membantu dan memberi semangat dalam segala kegiatan hingga terselesaikannya skripsi ini.
17. Semua pihak yang telah membantu penyusun dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat penyusun sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itulah kritik serta saran yang bersifat membangun selalu penulis harapkan dari pembaca guna kesempurnaan skripsi ini. Mudah-mudahan skripsi ini bisa bermanfaat untuk penulis dan pembaca. Aamiinn.

Purwokerto, 25 Juni 2019



Risma Umami  
NIM. 1522201026

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>viii</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>xii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xx</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Operasional.....	8

C. Rumusan Masalah .....	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	9
E. Kajian Pustaka .....	9
F. Sistematika Penulisan .....	25

## **BAB II LANDASAN TEORI**

A. Strategi Pemasaran	
1. Pengertian .....	27
2. Konsep Pemasaran .....	27
3. Bauran Pemasaran .....	29
B. Multilevel Marketing Syari'ah	
1. Pengertian .....	33
2. Konsep Multilevel Marketing .....	38
3. Direct Selling .....	38
4. Perbedaan MLM dengan Sistem Piramida .....	41
5. Money Game .....	44
6. Jenjang Karir, Komisi dan Bonus .....	46
7. Ijarah dan Ju'alah .....	47
8. Cara Kerja MLM .....	48
C. Distribusi Islam: Syi'ar Halal Network	
1. Pengertian Distribusi Islam .....	49
2. Komunikasi dari Mulut ke Mulut .....	50

## **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian.....	51
--------------------------	----

B. Lokasi Penelitian.....	51
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	51
D. Metode Pengumpulan Data.....	52
E. Sumber Data .....	53
F. Metode Analisis Data.....	54

#### **BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN**

A. Gambaran Umum PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia	
1. Sejarah Singkat Perusahaan .....	56
2. Motto, Visi, Misi.....	57
3. Struktur Organisasi .....	57
4. Lima Pilar Perusahaan .....	58
5. Peraturan Agenstok PT HPAI .....	62
B. Strategi Bisnis MLM Syari'ah PT HPAI BC Purwokerto Melalui Syi'ar Halal Network	
1. Sistem Pendaftaran .....	66
2. Support System .....	69
3. Jenjang Karir .....	71
4. Macam-Macam Bonus dan Royalty.....	72
C. Analisis Terhadap Strategi Pemasaran MLM Syari'ah Melalui Syi'ar Halal Network PT HPAI	
1. Analisis Terhadap Strategi Pemasaran MLM Syari'ah PT HPAI..	82
2. Analisis Terhadap Sistem Bonus MLM pada PT HPAI Business Center Purwokerto .....	89

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	93
B. Saran.....	93

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: Daftar perusahaan penjualan langsung berjenjang syari'ah.....	5
Tabel 1.2	: Penjualan produk Business Center (BC) Purwokerto tahun 2018 .	7
Tabel 1.3	: Penelitian terdahulu.....	21
Tabel 2.1	: Empat pilar dalam pemasaran .....	29
Tabel 2.2	: Perbedaan MLM dengan sistem piramida.....	41
Tabel 4.1	: Daftar Komparasi beberapa produk HPAI dengan produk pasaran dan produk MLM yang lainnya .....	91





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 : Jenjang karir PT HPAI .....	71
Gambar 4.2 : Cara Perhitungan Bonus Prestasi Grup (BPG).....	73
Gambar 4.3 : Bonus Generasi Pangkat .....	74



## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Hasil Wawancara
- Lampiran 2 : Dokumentasi Foto
- Lampiran 3 : Surat-Surat
- Lampiran 4 : Sertifikat



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Berbisnis merupakan anjuran dari Nabi Muhammad SAW agar tidak ada umatnya yang miskin. Bahkan berbisnis adalah dunia yang beliau tekuni jauh dari sebelum beliau diangkat sebagai rasul. Bahkan bisa dibayangkan masa kecil beliau sarat dengan pengkaderan *entrepreneurship*. Dimulai dari pendidikan bisnis level pertama dengan menjadi penggembala kambing, Rasulullah kemudian menempuh perjalanan bisnis ke Syiria (negeri Syam) bersama sang paman Abu Thalib. Hingga akhirnya Rasulullah bisa memiliki aset berupa puluhan ekor unta terbaik yang beliau jadikan mahar ketika akan menikah.

Bisnis yang dilakukan Nabi Muhammad diiringi berdakwah dengan menggunakan konsep tauhid karena pada saat itu banyak perbudakan, pemahat dan penjual patung/berhala. Penolakan yang diterima Rasulullah dalam berdakwah, seringkali mengancam keselamatannya, keluarga dan pengikutnya, namun dalam praktik bisnisnya, Rasulullah memperkaya diri dengan kejujuran, keteguhan memegang janji, dan sifat-sifat mulia lainnya. Karena alasan itu pula penduduk kota Makkah sangat menghormati dan memuliakannya.<sup>1</sup>

Sekarang dunia semakin maju, teknologi semakin canggih dan sistem perdagangan pun semakin banyak, semarak dan beraneka ragam. Non muslim memang masih menguasai ekonomi, bisnis dan perdagangan dunia. Islam masih jauh ketinggalan, bahkan nampak semakin tercekik tidak bisa banyak berbuat.

Di Indonesia, istilah *Multilevel Marketing* (MLM) dikenal pada tahun 1980-an, dan yang dicetuskan oleh Eddy Budiman yang tergabung dalam IDSA (*Indonesia Direct Selling Association*).

---

<sup>1</sup>Fathul Aminudin Aziz, *Manajemen Kewirausahaan Islami*, (Yogyakarta: Editie Pustaka, 2016), hlm. 62-63

Tahun 1984 muncul Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI) yang menjadi suatu organisasi bagi para perusahaan penjualan langsung, termasuk perusahaan yang menjalankan penjualan dengan sistem berjenjang (*multilevel marketing*).<sup>2</sup> Bisnis *Multilevel Marketing* (MLM) berkembang pesat di Indonesia dan telah mempunyai ijin usaha dan telah ditetapkan oleh Menteri Perdagangan Republik Indonesia nomor 13/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Izin Usaha Perdagangan dengan Sistem Penjualan Langsung (MLM).<sup>3</sup> Perusahaan MLM pertama di Indonesia adalah PT Amway Indonesia yang berdiri pada tahun 1992, perusahaan ini memberikan jasa konsultasi dalam bidang pemasaran, pengembangan usaha, serta dukungan distributor aktif di Indonesia.<sup>4</sup>

Ketika sistem pemasaran jaringan diterapkan, justru menghadapi tantangan yang sangat berat. Ada banyak orang yang tidak bertanggung jawab melakukan penipuan mengatasnamakan bisnis pemasaran jaringan. Banyak orang yang tertipu oleh iming-iming keuntungan yang ditawarkan seperti gaji yang tinggi, bonus yang besar dan masa depan yang gemilang sampai muncul ketetapan Majelis Ulama Indonesia (MUI) tentang *Multilevel Marketing* (MLM) berbasis syari'ah.

Fatwa DSN MUI No. 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah /PLBS menjelaskan beberapa hal, antara lain:

1. Yang menjadi bahan pertimbangan dasar bagi fatwa ini adalah telah merebaknya praktik penjualan barang dan jasa dengan sistem MLM yang berpotensi merugikan masyarakat serta ketidak pastian pelaksanaannya, apakah sudah sesuai dengan prinsip syariah ataukah

---

<sup>2</sup>Deasy Rabiullia Fitrah & Murhadi, "Pengaruh Industri Multilevel Marketing (MLM) terhadap Peningkatan Jiwa Kewirausahaan Mahasiswa dan Masyarakat", *Jurnal Pelita*, Vol. 03, Nomor 01, 2008, hlm. 62

<sup>3</sup>Devi Purnamasari, "Pengaruh Persepsi Downline tentang Kualitas Jasa Upline pada Multilevel Marketing Tianshi terhadap Loyalitas Downline di Malang", *Jurnal Ilmiah Komunikasi*, VI. 04, Nomor 02, 2014, hlm. 150

<sup>4</sup><http://yuliyuliawati.com/informasi-profil-perusahaan-amway> diakses tanggal 23 april 2018 pukul 07:28

belum, sehingga DSN MUI melihat perlunya fatwa mengenai MLM atau PLBS.

2. Dasar hukum yang dipakai adalah al-Quran dan kaidah fiqh. Ayat al-Quran yang menjadi dasar hukum adalah:

a. Q.S. An-Nisa ayat 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا

تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman ! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh Allah Maha Penyayang kepadamu.”

b. Q.S. Al-Maidah ayat 1:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَى عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُجَلَّى الصَّيْدِ

وَأَنْتُمْ حُرْمٌ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Penuhilah janji-jani. Hewan ternak dihalalkan bagimu, kecuali yang akan disebutkan kepadamu, dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang berihram (haji/umrah). Sesungguhnya Allah menetapkan hukum sesuai dengan yang Dia kehendaki.”

Selain dasar hukum al-Qur'an, ada beberapa yang menjadi dasar hukum. Dasar hukum tersebut berisi: kewajiban seorang muslim untuk memenuhi kontrak/akad yang sudah disepakati bersama, bolehnya melakukan syirkah atau kerjasama, larangan berbuat dzalim, larangan berbuat bahaya, larangan khianat, larangan jual beli yang mengandung unsur gharar (ketidakjelasan), larangan menipu dan larangan risywah.

Selain beberapa dasar hukum fatwa di atas, ada juga hadits yang melarang jual beli anjing, khamr, bangkai dan patung serta jasa pelacuran.

Ini dimaksudkan sebagai adanya larangan menjual belikan produk atau jasa yang haram, dalam MLM, bahwa produk komoditas yang dijual harus merupakan produk barang atau jasa yang halal. Penggunaan fatwa tersebut diarahkan agar MLM tidak boleh mendistribusikan dan menjual barangnya yang mengandung unsur dzulm, gharar, dzarar, khianat, risywah, penipuan dan mengambil hak orang lain serta tidak menjual barang atau jasa yang diharamkan.<sup>5</sup> Bisnis dalam syariah Islam hukum asalnya adalah boleh berdasarkan kaidah “Al-ashlu fil muamalah al-ibahah hatta yadullad dalilu ‘ala tahrimiha” pada dasarnya segala hukum dalam muamalah adalah boleh, kecuali ada dalil yang melarangnya.<sup>6</sup>

MUI juga mengeluarkan sertifikat halal syariah pada sebuah perusahaan MLM yang memproduksi dan mendistribusikan produknya sesuai dengan kaidah-kaidah Islam. Sehingga masyarakat punya hak untuk mengetahui apakah sebuah perusahaan MLM halal secara syariah atau tidak.<sup>7</sup>

Tanggal 27 Juli 2016, DSN-MUI menerbitkan Keputusan Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia No. KEP-03/DSN-MUI/VII/2016 tentang Daftar Perusahaan Penjualan Langsung Berjenjang Syariah yang telah mendapatkan sertifikat DSN-MUI. Perusahaan-perusahaan tersebut adalah<sup>8</sup> :

---

<sup>5</sup>Abdul Rahman Ghazaly,dkk, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 70

<sup>6</sup>Ahmad Mardalis & Nurhasanah, “Multilevel Marketing (MLM) Perspektif Ekonomi Islam”. *Jurnal MLM Syariah*. Vol 01. Nomor 01. 2016

<sup>7</sup>Rustiawan, “Daftar List MLM Halal Syariah Ternyata Hanya 7” (HPA Network: t.p., t.t.)

<sup>8</sup>Fatwa DSN-MUI No. KEP-03/DSN-MUI/VII/2016 tentang Daftar Perusahaan Penjualan Langsung Berjenjang Syariah yang telah mendapatkan sertifikat DSN-MUI



**TABEL 1.1**  
Daftar Perusahaan Penjualan Langsung Berjenjang Syari'ah

No.	LEMBAGA	PRODUK	NO. SK
1.	PT HPA Indonesia	Produk Kesehatan	002.36.01/DSN-MUI/IV/2015
2.	PT Singa Langit Jaya (TIENS)	Produk Kesehatan	003.38.01/DSN-MUI/II/2016
3.	PT Nusantara Sukses Selalu	Produk Kesehatan	003.40.01/DSN-MUI/III/2016
4.	PT K-Link Nusantara	Produk Kesehatan	002.49.01/DSN-MUI/I/2017
5.	PT UFO Bisnis Kemitraan Bersama Syariah	Produk Kesehatan	003.50.01/DSN-MUI/I/2017
6.	PT Momen Global Internasional	Nutrisi Kesehatan	006.53.01/DSN-MUI/VII/2017
7.	PT. Veritra Sentosa Internasional	Layanan pembayaran multiguna	010.57.01/DSN-MUI/VIII/2017

Berdasarkan tabel 1.1, PT HPA Indonesia adalah perusahaan MLM syariah yang pertama kali mendapat Sertifikat Keterangan halal DSN-MUI sejak tahun 2015. Selain itu, perusahaan ini juga sudah memiliki SIUP L yang menjadi bukti bahwa PT HPAI merupakan perusahaan *Direct Selling* yang diakui oleh pemerintah dan sudah tergabung sebagai anggota APLI (Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia), dan sudah ber badan POM RI. Selama tahun 2017, dalam 1 hari terjadi pendaftaran agen baru HNI sebanyak 2.350 agen baru dan hingga saat ini per 11 April 2018 jumlah agen mencapai 1.381.903 agen<sup>9</sup>, bahkan perusahaan ini mempunyai visi utama pada tahun

---

<sup>9</sup>Wawancara dengan Bapak Yudi bagian IT PT HPA Indonesia pada tanggal 05 April 2018

2022 menjadi macan asia referensi utama produk halal berkualitas melalui syiar halal network.<sup>10</sup>

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 diantaranya adalah *herbs product, health food and beverage, cosmetic and home care, fashion and lifestyle*. HPAI dibangun dari perjuangan panjang yang bertujuan mengenalkan dan mempopulerkan produk-produk halal dan berkualitas berazaskan Thibunnabawi, serta dalam rangka membumikan, memajukan, dan mengaktualisasikan ekonomi Islam di Indonesia melalui entrepreneurship.<sup>11</sup> Ibnu Qayyim mengatakan kemujaraban thibunnabawi akan dirasakan manfaatnya jika menerima dan meyakini Allah akan memberikan kesembuhan baginya. Sehingga, pengobatan thibunnabawi hanya cocok bagi jiwa yang baik sebagaimana pengobatan dengan Al-Qur'an yang tak cocok kecuali bagi jiwa yang baik dan hati yang hidup.<sup>12</sup>

PT HPA Indonesia memiliki 5 pilar yang disebut P.A.S.T.I yaitu Produk, Agenstok, Support System, Teknologi dan Integritas Manajemen. Lima pilar ini siap menopang berdirinya bangunan megah, tinggi dan kokoh yaitu HNI-HPAI. Kantor Pusat perusahaan ini berada di Jakarta Timur dan saat ini sudah memiliki *Business Center* di 28 Provinsi di Indonesia yang tersebar di 169 Kecamatan dan 2 Kantor Perwakilan di Malaysia dan Thailand.<sup>13</sup>

Business Center Purwokerto memiliki peningkatan penjualan produk yang tinggi pada tahun 2017 dan 2018. Berikut omset penjualan produk pada tahun 2017 dan 2018 di *Business Center* (BC) Purwokerto.

---

<sup>10</sup>Dalam sambutan Bapak H. Rofik Hananto S.E selaku Direktur Marketing dalam Buku Panduan Sukses HNI HPAI, hlm. 4

<sup>11</sup> Buku Panduan Sukses HNI HPAI, hlm. 9

<sup>12</sup> Agung Sasongko, "Mengenal Pengobatan Thibunnabawi", *Republika*, 24 April 2018 09:00

<sup>13</sup> Buku Panduan Sukses HNI HPAI, hlm. 15-31

**Tabel 1.2**  
Omset Penjualan Produk Business Center (BC) Purwokerto Tahun 2018 (Dalam Rupiah)

No	Bulan	2017	2018
1.	Januari	280,532,000	1,002,003,000
2.	Februari	307,598,250	726,914,000
3.	Maret	283,908,250	819,750,250
4.	April	298,772,750	752,219,500
5.	Mei	325,588,000	704,545,500
6.	Juni	244,602,000	540,891,750
7.	Juli	377,040,000	598,592,750
8.	Agustus	325,356,000	573,726,500
9.	September	349,860,250	540,369,500
10.	Oktober	660,224,500	503,304,500
11.	November	698,436,250	418,530,750
12.	Desember	912,123,750	306,728,500
<b>Total</b>		<b>5,064,042,000</b>	<b>7,487,576,500</b>

Berdasarkan Tabel 1.2, terdapat peningkatan penjualan pada tahun 2017 dan 2018 dibuktikan dengan naiknya omset yang tinggi pada tahun 2018 sebanyak Rp 2,423,534,500,- . dapat diartikan bahwa setiap tahun terdapat kenaikan jumlah agen HNI yang tinggi serta kenaikan distribusi produk . Pada setiap bulan, pendistribusian produk berbeda-beda karena setiap agen tidak diwajibkan untuk berbelanja produk di *upline* nya atau di BC, bisa juga dilakukan di agenstok terdekat, sehingga pendistribusian produk di BC setiap bulannya tidak sama.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai “**STRATEGI BISNIS MULTILEVEL MARKETING SYARI’AH MELALUI SYI’AR HALAL NETWORK pada Halal Network International PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (HNI-HPAI) Business Center Purwokerto.**

## B. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman tentang judul penelitian ini, maka akan dijelaskan beberapa istilah yang dipakai pada judul penelitian ini, diantaranya adalah:

### 1. Multilevel Marketing Syari'ah

Secara umum Multilevel Marketing adalah suatu metode bisnis alternatif yang berhubungan dengan pemasaran dan distribusi yang dilakukan melalui banyak level (tingkatan), yang biasa dikenal dengan istilah *up line* (tingkat atas) dan *down line* (tingkat bawah), orang akan disebut *up line* jika memiliki *down line*.<sup>14</sup> Inti dari bisnis MLM ini digerakkan dengan jaringan, baik yang bersifat vertikal maupun horisontal ataupun gabungan keduanya yang tidak keluar dari nilai-nilai syariah dan sesuai dengan prosedur kehalalan berdasarkan fatwa DSN MUI.<sup>15</sup>

### 2. Syi'ar Halal Network

Syi'ar halal network adalah salah satu alat yang digunakan dalam distribusi secara islam yaitu dengan cara mengajak/berdakwah kepada masyarakat untuk menggunakan produk-produk halal berkualitas untuk selalu hidup sehat bersama herbal islami dan berbisnis syari'ah melalui jaringan komunitas muslim.

Dengan demikian strategi bisnis *multilevel marketing* syari'ah melalui syi'ar halal network adalah pemasaran dan distribusi yang dilakukan melalui banyak level (tingkatan) yang biasa dikenal dengan *upline* dan *downline* yang sesuai dengan prosedur halal berdasarkan fatwa DSN MUI dengan cara mengajak/berdakwah untuk berbisnis melalui jaringan komunitas muslim.

---

<sup>14</sup> Suhailah Mohd Nordin & Salmy Edawati Yaacob, "Sorotan Literatur Perniagaan Jualan Langsung secara Pemasaran Berbilang Tingkat vs Sistem Piramid", *Jurnal Islamiyat*, Vol. 39, Nomor 02, 2017, hlm. 146

<sup>15</sup>Palupi, W, "Manifestasi MLM dalam Perspektif Syariah terhadap Paradoks dan Euforia Masyarakat Indonesia", *At-Tahdzib: Jurnal Studi Islam Dan Muamalah*, Vol 04, Nomor 01, 2016, hlm. 69

Seperti pada PT HPAI, perusahaan ini merupakan jaringan usaha halal yang berupaya untuk menyediakan dan memasarkan produk halal *thayyiban* untuk meluaskan pasar dan mengajak masyarakat Indonesia untuk berhijrah produk pada produk muslim yang sesuai dengan syari'at Islam.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan pokok masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah *bagaimana strategi bisnis Multilevel Marketing (MLM) syari'ah melalui syi'ar halal network pada PT HPA Indonesia Business Center Purwokerto ?*

### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi bisnis *Multilevel Marketing (MLM) syari'ah* melalui syi'ar halal network di PT HPA Indonesia *Business Center Purwokerto*.

#### **2. Manfaat Penelitian**

##### **a. Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi para pelaku bisnis MLM khususnya dan para konsumen pada umumnya serta bagi akademika, terutama jurusan Ekonomi Syari'ah (ES).

##### **b. Manfaat Praktisi**

Dapat dijadikan referensi atau pertimbangan semua orang dan peneliti selanjutnya.

### **E. Kajian Pustaka**

Kajian pustaka merupakan suatu bagian yang memuat tentang teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti, dengan

melakukan penelaahan kembali terhadap penelitian yang hampir sama dan mengemukakan teori-teori yang relevan dengan masalah yang diteliti.

Oleh karena itu untuk mengetahui sejauh mana persoalan ini dibahas, maka penyusun akan mencoba menelusuri pustaka buku-buku yang berkaitan dengan penelitian. Adapun buku-buku yang penyusun temukan yang berkaitan dengan penelitian ini diantaranya adalah:

M. Suyanto dalam bukunya yang berjudul *Muhammad: Business strategy & Ethics* menerangkan bahwa Nabi Muhammad SAW menjalankan bisnis dengan etika bisnis menyangkut perilaku bisnis yang dianjurkan dan perilaku bisnis yang dilarang serta bisnis yang dilarang sehingga bisnis itu menjadi indah di muka bumi. Strategi bisnis mencakup strategi operasi, strategi pemasaran, strategi pengembangan sumberdaya manusia dan strategi keuangan yang akan memperoleh keuntungan yang berlipat, baik di dunia maupun di akhirat yang membawa keadilan, meningkatkan kesejahteraan, menggunakan kebijaksanaan dan menebarkan kasih sayang di muka bumi.<sup>16</sup>

Fandy Tjiptono dalam buku yang berjudul *Strategi Pemasaran*, membahas tentang pengertian dan konsep strategi pemasaran, perkembangan strategi pemasaran, strategi pemasaran dalam berbagai posisi persaingan, strategi kepuasan pelanggan dan komunikasi pemasaran.<sup>17</sup>

Basu Swastha dalam bukunya yang berjudul *azas-azas marketing*, mengatakan bahwa pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan pada usaha untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan melalui proses pertukaran.<sup>18</sup>

Dalam bukunya Justin G. Longenecker, dkk, yang berjudul *Kewirausahaan: Manajemen Usaha Kecil*, menjelaskan bahwa para wirausaha membutuhkan strategi pemasaran formal dalam perencanaan

---

<sup>16</sup>M. Suyanto, *Muhammad: Business strategy & Ethics*, (Yogyakarta: Andi, 2008), Hlm.

<sup>17</sup>Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: ANDI, 2008), hlm. 13-217

<sup>18</sup>Basu Swastha, *Azas-Azas Marketing*, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2009), hlm. 5



bisnis. Perencanaan tersebut tidak hanya untuk meyakinkan investor yang berpotensi, tetapi juga menuntun pelaksanaan pemasaran setelah pendirian perusahaan.<sup>19</sup>

Rhenald Kasali, dkk, dalam bukunya yang berjudul *Modul Kewirausahaan*, mengatakan bahwa strategi pemasaran membantu seorang pengusaha mencapai tujuan lebih efektif, yang di dasarkan atas kajian-kajian dan pemikiran-pemikiran yang matang untuk mencapai tujuan.<sup>20</sup>

Peter J. Clothier dalam bukunya yang berjudul *Meraup Uang dengan Multilevel Marketing*, menjelaskan bahwa MLM adalah salah satu diantara banyak cara menjual barang dan jasa. MLM merupakan salah satu dari banyak metode memindahkan produk dari pabrik/pembuat ke pelanggan eceran. Tetapi prinsip dasar MLM ialah bahwa armada penjual selengkapnya itu dikembangkan oleh tenaga penjual itu sendiri. Mereka yang berusaha paling keras dalam kegiatan ini akan mencapai tingkat paling tinggi dan demikian menerima imbalan paling besar.<sup>21</sup>

David Roller dalam bukunya yang berjudul *Menjadi Kaya dengan Multilevel Marketing*, mengatakan bahwa multilevel atau network marketing adalah sistem dimana suatu induk perusahaan mendistribusikan barang atau jasanya lewat suatu jaringan orang-orang bisnis yang independen.<sup>22</sup>

Ahmad Ifham Sholihin dalam bukunya yang berjudul *Buku Pintar Ekonomi Islam* menjelaskan poin penting dalam MLM Syariah adalah:<sup>23</sup>

---

<sup>19</sup>Justin G. Longenecker, dkk, *Kewirausahaan: Manajemen Usaha Kecil*,(Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm. 184

<sup>20</sup>Rhenald Kasali, dkk, *Modul Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Mizan Publika, 2010), hlm. 144

<sup>21</sup>Peter J. Clothier, *Meraup Uang dengan Multilevel Marketing*, (Jakarta: PT Gramedia Utama, 1996), hlm. 5

<sup>22</sup>David Roller, *Menjadi Kaya dengan Multilevel Marketing*, (Jakarta: PT Gramedia Utama, 1995), hlm. 3

<sup>23</sup>Ahmad Ifham Sholihin, *Buku Pintar Ekonomi Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010), hlm. 507

1. Niat
  - a. Kasbil halal (memperoleh penghasilan yang halal)
  - b. Irtifah ummah (mengangkat derajat ekonomi umat)
  - c. Muamalah islami (melakukan perniagaan secara islami)
2. Prinsip sesuai dengan prinsip-prinsip muamalah islam
3. Orientasi: meraih kebahagiaan dunia dan akhirat
4. Komoditi: halalan thayyiban
5. Pembinaan: tarbiyah, ukhuwah, dakwah bil hal
6. Strategi pemasaran: akhlaqul karimah, memenuhi rukun jual beli, ikhlas
7. Strategi pengembangan jaringan: metode silaturahmi dan ukhuwah
8. Keanggotaan
  - a. Muslim
  - b. Non muslim, dengan syarat mau mengikuti aturan yang telah ditetapkan
9. Sistem pendapatan: lebih adil dan menyejahterakan
10. Alokasi pendapatan: zakat, infaq, shodaqoh (ZIS) dan kemasahatan umat islam
11. Sistem pengelolaan: amanah
12. Pengawas syariah: dewan pengawas syariah dari MUI pusat

Menurut Andreas Harefa dalam bukunya yang berjudul *Multilevel Marketing: Alternatif Karier dan Usaha Menyongsong Millenium Ketiga*, menjelaskan bahwa secara garis besar, ada beberapa poin yang membedakan antara MLM Syari'ah dengan MLM Konvensional, yaitu sebagai berikut:<sup>24</sup>

1. Secara organisasi, perusahaan MLM Syariah memiliki Dewan Pengawas Syariah yang bertugas mengawasi kegiatan bisnis dalam perusahaan tersebut dan memberikan pembinaan/pengarahan agar semua kegiatan dalam perusahaann tersebut tidak bertentangan

---

<sup>24</sup>Andreas Harefa, *Multilevel Marketing: Alternatif Karier dan Usaha Menyongsong Millenium Ketiga*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1999), 104

dengan ajaran islam. Pengawasan ini meliputi: produk yang dijual, promosi, *marketing plan* dan kegiatan-kegiatan seremonial yang terdapat dalam perusahaan.

2. Produk yang dijual adalah produk yang layak/halal digunakan atau dikonsumsi secara syariat islam. Untuk produk yang masuk kategori makanan dan minuman harus mendapatkan sertifikat halal dengan labelisasi halal. Sertifikasi halal diberikan oleh MUI kepada perusahaan, namun tidak dicantumkan dalam kemasan produk, sedangkan labelisasi halal dicantumkan dalam kemasan produk. Sementara produk yang tidak termasuk kategori makanan atau minuman cukup dikonsultasikan secara lisan atau tertulis kepada Dewan Pengawas Syariah.
3. Sistem pembagian bonus kepada member dan marketing plan perusahaan harus terbebas dari hal-hal yang diharamkan, utamanya adalah unsur *maysir* (judi), *gharar* (penipuan) dan riba. Untuk memastikan hal ini, yang dilakukan oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) adalah memanggil manajemen perusahaan untuk mendengarkan presentasi marketing plan-nya, melakukan kajian terhadap marketing plan, mengunjungi kantor/perusahaan, melihat langsung proses produksi ke lokasi pabrik, melakukan inspeksi dan tanya jawab kepada manajemen, kemudian melakukan musyawarah ulama atas semua hal tersebut untuk diputuskan apakah perusahaan yang mengajukan sertifikasi syariah sudah memenuhi persyaratan dalam fatwa DSN 75/2009 atau belum. Jika sudah memenuhi dua belas persyaratannya, maka akan diberikan sertifikat syariah oleh Dewan Syariah Nasional.
4. MLM Syariah sebagai "*The True MLM*" memiliki orientasi bisnis menjual produk berupa barang, bukan pada merekrut orang.

MLM yang mendapatkan sertifikasi syariah dari DSN MUI harus memenuhi semua perizinan yang berlaku di negara Indonesia, antara lain memiliki Surat Izin Usaha Penjualan Langsung (SIUPL). Dikutip dari

Peraturan Perdagangan RI No. 13/M- Dag/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan SIUPL pasal 13: Perusahaan yang telah memiliki SIUPL dilarang melakukan kegiatan:

1. Kegiatan yang menarik dan atau mendapatkan keuntungan melalui iuran keanggotaan/pendaftaran sebagai mitra usaha secara tidak wajar.
2. Kegiatan dengan menerima pendaftaran keanggotaan sebagai mitra usaha dengan nama yang sama lebih dari 1 (satu) kali.
3. Kegiatan usaha perdagangan yang terkait dengan penghimpunan dana masyarakat.

Perusahaan yang mengutamakan perekrutan anggota baru, lalu membagikan uang pendaftaran sebagai bonus rekrutmen, apalagi yang membenarkan satu orang mendaftar lebih dari satu kali maka yang demikian ini pada umumnya adalah *money game* atau perjudian yang bertentangan dengan syariat islam. Begitu pula dengan perusahaan MLM yang kegiatannya adalah menghimpun dana masyarakat, bukan menjual produk maka pada umumnya adalah *money game* walaupun dengan kedok menjual produk jasa ataupun lainnya.<sup>25</sup>

Yusuf Al-Qardhawi dalam bukunya yang berjudul *Norma dan Etika Ekonomi Islam*<sup>26</sup>, menjelaskan bahwa syi'ar halal network adalah cara untuk mendistribusikan bisnis jaringan halal komunitas muslim. Keadilan distributif adalah prinsip utama dalam ekonomi Islam. Sistem ekonomi Islam menghendaki bahwa dalam hal pendistribusian harus didasarkan pada dua sendi, yaitu kebebasan dan keadilan.

Kebebasan disini adalah kebebasan yang dibingkai oleh nilai-nilai tauhid dan keadilan tidak seperti pemahaman kaum kapitalis, yang menyatakannya sebagai tindakan membebaskan manusia untuk berbuat dan bertindak tanpa campur tangan pihak manapun, tetapi sebagai keseimbangan antara individu dengan unsur materi dan spiritual yang

---

<sup>25</sup>Andreas Harefa, *Multilevel Marketing: Alternatif Karier dan Usaha Menyongsong Millenium Ketiga*,....hlm. 107

<sup>26</sup>Yusuf Al-Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), hlm. 201

dimilikinya, keseimbangan antara individu dan masyarakat serta antara suatu masyarakat dengan masyarakat lainnya. Sedangkan keadilan dalam pendistribusian ini tercermin dari larangan dalam al-Qur'an (QS. Al-Hasyr [59]: 7), agar supaya harta kekayaan tidak hanya beredar di antara orang-orang kaya saja, tetapi diharapkan dapat memberi kontribusi kepada kesejahteraan masyarakat sebagai suatu keseluruhan. Oleh karena itu, dalam sistem ekonomi Islam, penumpukan kekayaan oleh sekelompok orang harus dihindarkan dan langkah-langkah dilakukan secara otomatis untuk memindahkan aliran kekayaan kepada masyarakat yang lemah.

Selain itu, sendi kebebasan sistem ekonomi Islam memberikan peluang dan akses yang sama dan memberikan hak-hak alami kepada semua orang. Kepemilikan individu dilindungi tetapi perlu diimbangi dengan rasa tanggung jawab dan dibatasi oleh landasan moral dan hukum. Dalam kerangka moral Islam setiap individu tidak akan melakukan monopoli, tindakan korupsi, mengabaikan kepentingan orang lain untuk diri sendiri, keluarga atau kerabat. Semua individu memiliki peluang dan kesempatan yang sama untuk berusaha dan mengalokasikan pendapatannya secara efisien tanpa mengganggu keseimbangan ekonomi masyarakat.

Adapun landasan-landasan dalam hal distribusi dalam Islam antara lain sebagai berikut:

#### 1. Tauhid

Yaitu konsep ketuhanan yang maha esa, yang tidak ada yang wajib di sembah kecuali Allah dan tidak ada pula yang menyekutukannya, konsep ini menjadi dasar segala sesuatu karena dari konsep inilah manusia menjalankan fungsinya sebagai hamba yang melakukan apa yang diperintahkannya dan menjauhi larangannya. Hal ini ditegaskan dalam firman Allah SWT QS Al-Zumar ayat 38.

Artinya: *“Dan sesungguhnya jika kamu bertanya kepada mereka: “Siapakah yang menciptakan langit dan bumi?”” niscaya mereka akan menjawab, “Allah”. Katakanlah :”maka terangkan padaku*

*tentang apa yang kamu seru selain Allah, jika Allah hendak mendatangkan kemadharatan kepadaku, apakah berhala-berhala itu akan menghilangkan kemadharatan itu, atau jika Allah akan memberikan rahmat kepadaku, apakah mereka dapat menahan rahmatnya?”, katakanlah: “cukuplah Allah bagiku,” (QS Al-Zumar: 38).*

## 2. Adil

Menurut bahasa adalah “wadh’u syaiin ‘ala mahaliha” yaitu meletakkan sesuatu pada tempatnya, konsep keadilan haruslah diterapkan dalam mekanisme pasar untuk menghindari kecurangan yang dapat mengakibatkan kezaliman bagi satu pihak. Firman Allah dalam surat al-Muthafifin ayat 1-3.

*Artinya: “Kecelakaan besarlah bagi orang-orang curang, yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka meminta dipenuhi, apabila mereka menakar untuk orang lain mereka kurangi”.*

## 3. Kejujuran dalam bertransaksi

Syariat Islam sangat konsisten terhadap anjuran dalam berpegang teguh terhadap nilai-nilai kejujuran dalam bertransaksi. Firman Allah dalam surah al-Ahzab ayat 70 dan 71:

*Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah, dan katakanlah perkataan yang tepat – benar (dalam segala perkara). Supaya Ia memberi taufik dengan menjayakan amal-amal kamu, dan mengampunkan dosa-dosa kamu”.*

Skripsi tentang strategi bisnis MLM bukan yang pertama melainkan telah ada penelitian yang mengkaji tentang strategi bisnis MLM di berbagai perusahaan. Oleh karena itu penulis mempelajari hasil penelitian yang ada kaitannya dengan judul skripsi sebagai bahan rujukan sekaligus untuk menemukan aspek perbedaan antara penelitian yang telah ada dengan skripsi ini, diantaranya adalah:

Penelitian Sarah Mutiarani dengan judul bisnis *multilevel marketing* oriflame menurut tinjauan hukum Islam membahas tentang mekanisme sistem kerja bisnis oriflame berdasarkan hukum Islam. Dalam penelitian ini menjelaskan bahkan pandangan hukum Islam terhadap MLM



Oriflame adalah halal karena termasuk kategori muamalah yang hukum asalnya adalah mubah (boleh) sampai ada dalil yang melarangnya. Mekanisme MLM Oriflame ini adalah menjual, mengajak, mengajarkan, membangun organisasi serta membina dan memotivasi.<sup>27</sup>

Penelitian Syahrin Rusman dengan judul analisis maqashid syari'ah terhadap fatwa MUI mengenai halal haramnya bisnis MLM (Multilevel Marketing) membahas tentang penerapan maqashid syari'ah dalam bisnis *multilevel marketing* sangatlah penting untuk tercapainya suatu masalah. Penelitian ini menjelaskan bahwa bisnis MLM halal asalkan tidak mengandung *money game* didalamnya.<sup>28</sup>

Penelitian Muhammad Amin dengan judul strategi pemasaran MLM (Multilevel Marketing) perspektif ekonomi islam membahas tentang strategi pemasaran MLM yang digunakan PT Natural Nusantara cabang Purwokerto dalam pandangan ekonomi Islam. Penelitian ini menjelaskan bahwa sistem pemasaran PT Natural Nusantara cabang Purwokerto tidak terdapat sistem *money game* atau permainan uang yang hanya menguntungkan anggota yang berada diatas dan dilarang ekonomi islam karena hanya memutarakan uang tanpa ada produk yang dijual.<sup>29</sup>

Penelitian Samsul Muarif dengan judul konsep *multilevel marketing* dalam tinjauan hukum Islam membahas tentang sistem pembetulan jaringan secara berlevel (upline downline) yang terdapat dalam MLM tidak mempengaruhi segmen pasar psikografis bagi anggota lain dan bagi anggota jaringan yang lebih baru mempunyai kesempatan yang sama dengan anggota yang lebih lama untuk meraih level yang lebih atas tanpa adanya diskriminasi. Sehingga dari kedua *term* diatas

---

<sup>27</sup>Sarah Mutiarani, "Bisnis *multilevel marketing* oriflame menurut tinjauan hukum islam". *Skripsi Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Surakarta*. 2017, hlm. 72

<sup>28</sup>Syahrin Rusman, "Analisis maqashid syari'ah terhadap fatwa MUI mengenai halal haramnya bisnis MLM (Multilevel Marketing)". *Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum UIN Alauddin Makassar*. 2016

<sup>29</sup>Muhammad Amin, "Strategi pemasaran MLM (Multilevel Marketing) perspektif ekonomi islam". *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto*. 2016

menunjukkan sistem berlevel yang terdapat dalam MLM memenuhi asas keadilan.<sup>30</sup>

Penelitian Nurman Najib dengan judul pelaksanaan penjualan langsung berjejang syari'ah umrah/haji plus PT Arminareka Perdana cabang Surabaya perspektif fatwa DSN-MUI No: 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang penjualan langsung berjenjang syari'ah membahas tentang pelaksanaan penjualan langsung berjenjang syari'ah di PT Aminareka Perdana cabang Surabaya adalah penjualan produk jasa perjalanan umrah/haji plus dengan cara menyampaikan informasi tentang produk kepada konsumen, lalu konsumen boleh membeli produk saja atau sekaligus menjadi anggota (sebagai mitra usaha) dari perusahaan yang berhak menjual, merekrut anggota baru dan berhak mendapatkan komisi/bonus dengan mengikuti program jalinan silaturahmi.<sup>31</sup>

Adapun beberapa jurnal penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Dalam jurnal *Economica* oleh Choirul Huda yang berjudul *Syari'ah dalam Perspektif pelaku bisnis MLM Syariah Ahadnet Internasional di kota Semarang* menjelaskan kriteria bisnis MLM Syari'ah adalah sebagai berikut.<sup>32</sup>

1. Produk yang dipasarkan adalah produk halal, thayyib (berkualitas) dan jauh dari syubhat (sesuatu yang masih meragukan)
2. Sistem akad memenuhi kaidah dan rukun jual beli sebagaimana yang terdapat dalam hukum islam (fiqh muamalah)
3. Operasional, kebijakan, *corporate culture*, dan sistem akuntansi sesuai dengan syari'ah

---

<sup>30</sup>Samsul Muarif, "Konsep *multilevel marketing* dalam tinjauan hukum islam". *Skripsi Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta*. 2001, hlm. 106

<sup>31</sup>Nurman Najib, "Pelaksanaan penjualan langsung berjejang syariah umrah/haji plus PT Arminareka Perdana cabang Surabaya perspektif fatwa DSN-MUI No: 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Penjualan langsung berjenjang syariah". *Skripsi Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sunan Ampel*. 2012

<sup>32</sup>Choirul Huda, "Syariah dalam Perspektif pelaku bisnis MLM Syariah Ahadnet Internasional (studi kasus di kota Semarang)", *Jurnal Economica*, Vol 04, Nomor 02, 2013, hlm. 61-62



4. Tidak ada *excessive mark up* harga, yaitu harga barang di *mark up* sampai dua kali lipat sehingga anggota terdzalimi dengan harga yang amat mahal, tidak sepadan dengan kualitas dan manfaat yang diperoleh
5. Struktur manajemen memiliki Dewan Pengawas Syariah yang terdiri dari para ulama yang memahami masalah ekonomi
6. Formula insentifnya adil, tidak mendzalimi *downline* dan tidak menempatkan *upline* dengan hanya menerima *passive income* tanpa bekerja. *Upline* tidak menerima *income* dari hasil jerih payah *downline*
7. Pembagian bonus mencerminkan usaha masing-masing anggota
8. Tidak ada eksploitasi dalam aturan pembagian bonus antara orang terdahulu menjadi anggota dengan orang yang terakhir menjadi anggota
9. Insentif (bonus) yang diberikan jelas angka nisbahnya sejak awal
10. Tidak menitikberatkan barang-barang tersier ketika masyarakat masih bergelut dengan pemenuhan kebutuhan primer
11. Cara penghargaan kepada anggota yang berprestasi tidak mencerminkan sikap hura-hura dan pesta pora
12. Perusahaan MLM tersebut berorientasi pada kemaslahatan ekonomi umat.

Jurnal Varia Justicia oleh Ayu Dewi Utami, dkk., dengan judul *Pelaksanaan jual beli melalui sistem multilevel marketing perspektif hukum islam* menjelaskan bahwa dalam melaksanakan jual beli harus memenuhi syarat jual beli agar jual belinya sah menurut syara' (hukum Islam), syarat jual beli yang sah dalam hukum Islam adalah sebagai berikut.<sup>33</sup>

1. Terdapat akad dan ijab qabul (perjanjian/persetujuan)

---

<sup>33</sup>Ayu Dewi Utami, dkk. "Pelaksanaan jual beli melalui sistem *multilevel marketing* perspektif hukum islam". *Jurnal Varia Justicia*. Vol. 12. Nomor 01. 2016

2. Adanya dua atau lebih pihak yang membuat akad, yaitu penjual dan pembeli
3. Adanya objek akad yaitu barang dan harga

Seorang penjual dan pembeli juga harus memenuhi syarat dalam melaksanakan jual beli. Syarat-syarat yang harus dimiliki oleh penjual dan pembeli adalah<sup>34</sup>:

1. Harus berakal, jual belinya orang gila atau rusak akalnya dianggap tidak sah
2. Sudah baligh, jual belinya anak kecil yang belum baligh dianggap tidak sah. Akan tetapi jika anak itu sudah mumayyiz (mampu membedakan yang baik dan buruk), dibolehkan melakukan jual beli terhadap barang-barang yang harganya murah seperti: permen, kue, kerupuk, dll.
3. Berhak menggunakan hartanya. Orang yang tidak berhak menggunakan harta milik orang yang sangat bodoh (idiot) tidak sah jual belinya.

Jurnal Al-Intaj oleh Rohimin dengan judul *Network Marketing: Analisis terhadap Pemasaran Jejaring dalam Penjualan Langsung Berjenjang Syari'ah* membahas tentang munculnya Fatwa DSN MUI tentang pemasaran jejaring melalui Penjualan Langsung Berjenjang Syariah memiliki akar persoalan yang berkaitan langsung dengan persoalan-persoalan pemasaran yang dipraktekkan oleh masyarakat dalam menjual barang dan produk jasa. Perkembangan pemasaran tersebut dilaksanakan dengan inovasi dan pola, sistem dan metode yang bervariasi dan beragam macam akad dan kreasi pemasaran yang kadangkala berpotensi merugikan masyarakat. Terdapat banyak persoalan yang kemudian dalam pemasaran tersebut terjadi multi akad dan gaya pemasaran sensual dan sensasional yang bisa memunculkan daya tarik yang luar biasa yang menyebabkan orang bisa lalai dengan kewajibannya

---

<sup>34</sup>Ayu Dewi Utami, dkk. "Pelaksanaan jual beli melalui sistem *multilevel marketing* perspektif hukum islam". *Jurnal Varia Justicia*. Vol. 12. Nomor 01. 2016

demi untuk melakukan hal-hal atau transaksi dalam rangka untuk memperoleh semacam bonus atau komisi yang dijanjikan (*ighra*).<sup>35</sup>

Dalam jurnal ekonomi syariah oleh Anita Rahmawaty yang berjudul *Bisnis Multilevel Marketing dalam Perspektif Islam*, menjelaskan bahwa *multilevel marketing* merupakan strategi pemasaran yang memanfaatkan konsumen untuk menyalurkan suatu produk tertentu dengan menggunakan beberapa level. Strategi ini sangat populer karena adanya dukungan akses jaringan sosial modern. Namun demikian, dalam perkembangannya, muncul penipuan bisnis yang berkedok MLM sehingga membuat citra bisnis MLM ini menjadi buruk di mata masyarakat. Akibatnya, bisnis MLM ini sering menerima kritik dari masyarakat. Hal ini disebabkan sebagian besar orang yang berbisnis MLM tidak memahami karakteristik dari bisnis MLM secara keseluruhan, baik apakah dalam bisnis ini mengandung unsur yang dilarang atau tidak, dan apakah sistem pemasaran bisnis ini sesuai dengan hukum Islam.<sup>36</sup>

Tabel penelitian Terdahulu

<b>Nama Peneliti dan Tahun Penelitian</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>	<b>Perbedaan</b>
Sarah Mutiarani (2017)	Bisnis <i>multilevel marketing</i> oriflame menurut tinjauan hukum islam	Dalam penelitian ini menjelaskan bahkan pandangan hukum islam terhadap MLM Oriflame adalah halal karena termasuk kategori muamalah yang hukum asalnya adalah mubah (boleh) sampai	Lokasi penelitian berbeda dan obyek penelitian ini adalah bisnis MLM Oriflame menurut hukum islam.

<sup>35</sup>Rohimin, "Network Marketing: Analisis terhadap Pemasaran Jejaring dalam Penjualan Langsung Berjenjang Syariah", *Jurnal Al-Intaj*, Vol. 02, Nomor 02, 2016, hlm. 97-98

<sup>36</sup>Anita Rahmawaty, "Bisnis Multilevel Marketing dalam Perspektif Islam", *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 02, Nomor 01, 2016

		ada dalil yang melarangnya.	
Syahrin Rusman (2016)	Analisis maqashid syari'ah terhadap fatwa MUI mengenai halal haramnya bisnis MLM (Multilevel Marketing)	penerapan maqashid syari'ah dalam bisnis multilevel marketing sangatlah penting untuk tercapainya suatu masalah. Penelitian ini menjelaskan bahwa bisnis MLM halal asalkan tidak mengandung <i>money game</i> didalamnya	Obyek penelitian ini adalah fatwa MUI mengenai halal haramnya MLM
Muhammad Amin (2016)	strategi pemasaran MLM (Multilevel Marketing) perspektif ekonomi islam (studi kasus PT Natural Nusantara cabang Purwokerto)	Penelitian ini menjelaskan bahwa sistem pemasaran PT Natural Nusantara cabang Purwokerto tidak terdapat sistem <i>money game</i> atau permainan uang yang hanya menguntungkan anggota yang berada diatas dan dilarang ekonomi islam karena hanya memutarakan uang tanpa ada produk yang dijual.	Lokasi penelitian berbeda.
Samsul Muarif (2001)	konsep <i>multilevel marketing</i> dalam tinjauan hukum islam	sistem pembetulan jaringan secara berlevel (upline downline) yang terdapat dalam MLM tidak mempengaruhi	Obyek penelitian ini adalah konsep MLM dalam hukum islam

		segmen pasar psikografis bagi anggota lain dan bagi anggota jaringan yang lebih baru mempunyai kesempatan yang sama dengan anggota yang lebih lama untuk meraih level yang lebih atas tanpa adanya diskriminasi.	
Nurman Najib (2012)	pelaksanaan penjualan langsung berjejang syariah umrah/haji plus PT Arminareka Perdana cabang Surabaya perspektif fatwa DSN-MUI No: 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Penjualan langsung berjejang syariah	pelaksanaan penjualan langsung berjejang syariah di PT Arminareka Perdana cabang Surabaya adalah penjualan produk jasa perjalanan umrah/haji plus dengan cara menyampaikan informasi tentang produk kepada konsumen, lalu konsumen boleh membeli produk saja atau sekaligus menjadi anggota (sebagai mitra usaha) dari perusahaan yang berhak menjual, merekrut anggota baru dan berhak mendapatkan komisi/bonus dengan mengikuti program jalinan silaturahmi.	Lokasi penelitian berbeda dan obyek penelitiannya adalah umrah/haji plus
Choirul Huda	Syariah dalam	menjelaskan	Lokasi penelitian

(2013)	Perspektif pelaku bisnis MLM Syariah Ahadnet Internasional di kota Semarang	kriteria bisnis MLM Syariah	berbeda
Ayu Dewi Utami, dkk., (2016)	Pelaksanaan jual beli melalui sistem multilevel marketing perspektif hukum islam	menjelaskan bahwa dalam melaksanakan jual beli harus memenuhi syarat jual beli agar jual belinya sah menurut syara' (hukum islam)	Obyek penelitian ini adalah sistem MLM perspektif hukum islam
Rohimin (2016)	Network Marketing: Analisis terhadap Pemasaran Jejaring dalam Penjualan Langsung Berjenjang Syariah	membahas tentang munculnya Fatwa DSN MUI tentang pemasaran jejaring melalui Penjualan Langsung Berjenjang Syariah memiliki akar persoalan yang berkaitan langsung dengan persoalan-persoalan pemasaran yang dipraktekkan oleh masyarakat dalam menjual barang dan produk jasa.	Obyek penelitian ini adalah analisis adanya fatwa DSN MUI tentang pemasaran jejaring
Anita Rahmawaty (2016)	Bisnis Multilevel Marketing dalam Perspektif Islam,	menjelaskan bahwa multilevel marketing merupakan strategi pemasaran yang memanfaatkan konsumen untuk menyalurkan suatu produk tertentu dengan menggunakan beberapa level. Strategi ini sangat	Obyek penelitian ini adalah MLM dalam perspektif islam

		populer karena adanya dukungan akses jaringan sosial modern	
--	--	---	--

Dari beberapa karya dan kajian, setelah penyusun mengamati dan menelusurinya, sejauh yang penyusun ketahui, kajian secara spesifik dan komprehensif terhadap bisnis *multilevel marketing* syariah dengan cara berdakwah/menyi'arkan produk dan bisnis syariah melalui komunitas muslim belum ada. Oleh karena itu, penyusun tertarik untuk mengkaji permasalahan dalam sebuah karya ilmiah yang berjudul "Strategi Bisnis Multilevel Marketing Syariah melalui Syi'ar Halal Network (Studi Kasus pada Halal Network International PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (HNI-HPAI) *Business Center* (BC) Purwokerto)".

#### **F. Sistematika Penulisan**

Untuk mengetahui gambaran dan pokok penelitian, maka penulis menyusun sistematika pembahasan dalam hal ini dalam bentuk kerangka skripsi sebagai berikut:

Bagian awal skripsi terdiri dari halaman judul, halaman penyertaan keaslian, halaman nota dinas pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, halaman kata pengantar, halaman daftar isi.

BAB I Pendahuluan meliputi latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II Landasan teori untuk mengemukakan tinjauan umum tentang strategi pemasaran dan MLM (Multi Level Marketing). Pembahasan tentang strategi pemasaran membahas tentang definisi strategi pemasaran, konsep strategi pemasaran, unsur-unsur strategi pemasaran dan strategi komunikasi pemasaran. Sedangkan pembahasan MLM (Multi Level Marketing) membahas tentang definisi MLM, Ciri-ciri

MLM dan operasional bisnis MLM serta pembahasan mengenai syi'ar halal network yaitu distribusi dalam islam.

BAB III Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti mengenai jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data dan metode analisis data.

BAB IV Pembahasan dan hasil penelitian tentang analisis terhadap strategi bisnis MLM melalui syi'ar halal network pada PT HPA Indonesia *Business Center* Purwokerto, terdiri dari mekanisme bisnis MLM dan sistem bonus MLM pada PT HPAI *Business Center* Purwokerto.

BAB V Penutup yang terdiri dari kesimpulan dari pembahasan dan hasil penelitian, saran-saran dan kata penutup sebagai akhir dari pembahasan. Kemudian pada akhir skripsi ini penulis cantumkan daftar pustaka, lampiran-lampiran serta daftar riwayat hidup.



IAIN PURWOKERTO



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya dari berbagai literatur dan penelitian di lapangan mengenai strategi bisnis MLM syari'ah melalui syi'ar halal network pada PT Herba Penawar Alwahida Indonesia, maka penyusun menyimpulkan bahwa:

Strategi bisnis MLM pada PT Herba Penawar Alwahida Indonesia adalah sudah sesuai dengan syari'at Islam dimana bisnis yang dilakukan adalah bisnis jaringan halal yang bertujuan menguasai pasar industri halal dunia dengan mengembangkan bisnis halal network dan mendistribusikan produk halal milik pengusaha muslim yaitu dengan gesit PCA dan HS setiap hari dengan berulang-ulang serta melakukan CAKEB (Cara Kerja Benar) dengan tidak melanggar syari'at Islam yaitu (1) produk yang diperjualbelikan merupakan produk yang halal berupa produk-produk kesehatan yang berazaskan thibunnabawi yaitu dengan bahan-bahan herbal, (2) muamalah yang dilakukan merupakan muamalah islami dimana tidak ada unsur penipuan karena terdapat transparansi dalam harga produk, kualitas produk dan bisnis jaringannya (3) terdapat kejelasan atau transparansi mengenai strategi bisnis jaringan yang digunakan serta produk-produk yang dijual. Strategi bisnis *Business Center* Purwokerto tidak terdapat sistem *money game* atau permainan uang yang hanya menguntungkan anggota yang sudah berada di atas. Hal tersebut juga dilarang oleh ekonomi Islam karena hanya memutarakan uang tanpa adanya suatu produk yang dijual.

Dilihat dari produknya, semua produk pada PT HPAI sudah mendapat ijin edar dari BPOM dan sertifikasi halal dari MUI. Produk-produk yang dijualnya berupa produk kesehatan yang berazaskan thibunnabawi. Adapun sistem bonus dan royalty pada PT HPAI adalah

berdasarkan akad *ju'alah* dimana bonus dan royalti yang diberikan kepada para agen adalah berdasarkan prestasi kerja dari masing-masing agen.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada PT Herba Penawar Alwahida Indonesia *Business Center* Purwokerto, ada beberapa saran yang dapat disusun berikan antara lain:

### **1. Bagi Praktisi**

Berdasarkan visi yang digunakan yaitu “Menjadi Referensi Utama Produk Halal Berkualitas”, PT HPAI harus selalu konsisten untuk memasarkan produk halal yang berkualitas serta mengembangkan jaringan halal sampai ke pelosok negeri agar masyarakat Indonesia dengan mayoritas orang muslim dapat berbisnis dan menjalankan perniagaan dalam jaringan yang halal yaitu dengan mendistribusikan produk-produk herbal yang berazaskan thibunnabawi. Sekaligus dapat mengurangi tingkat pengangguran serta menjalankan bisnis dengan support system yang benar sesuai syari'at islam agar seluruh kegiatannya dapat berjalan dengan baik dan diridhai Allah swt serta selalu mendapatkan keberkahan. Amin.

### **2. Bagi Akademisi**

Adapun saran bagi kalangan akademisi diharapkan dapat menambah khasanah ilmu strategi bisnis terutama tentang strategi pemasaran MLM syari'ah yang lebih mendalam berupa referensi dan kajian-kajian MLM syari'ah secara global dan dikaitkan dengan permasalahan-permasalahan yang terjadi saat ini.

## DAFTAR PUSTAKA

Buku - buku:

Arikunto, Suharsimi, *Manajemen Penelitian I, Cet V*, Asdi Mahasatya, Jakarta, 2000

\_\_\_\_\_, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta, Jakarta, 2002

Assauri, Sofjan, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004

Aziz, Fathul Aminudin, *Manajemen Kewirausahaan Islami*, Editie Pustaka, Yogyakarta, 2016

Azwar, Saifuddin, *Metode Penelitian*, Pustaka Belajar, Yogyakarta, 2011

Clothier, Peter J., *Meraup Uang dengan Multilevel Marketing*, PT Gramedia Utama, Jakarta, 1996

Dahlan, Abdul Aziz, dkk., *Ensiklopedi Hukum Islam, jilid III*, Ichtiar Baru Van Hoeve, Jakarta, 1997

Danim, Sudarwan, *Menjadi Peneliti Kualitatif Ancangan, Metodologi, Presentasi dan Publikasi. Hasil Penelitian untuk Mahasiswa dan Peneliti Semula Bidang Ilmu-Ilmu Sosial, Pendidikan dan Humaniora*, Pustaka Setia, Bandung, 2002

Dharmmesta, Basu Swastha, "*Peran Pemasaran dalam Perusahaan dan Masyarakat: Modul I*", Universitas Terbuka, Tangerang Selatan, 2014

Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*, Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2011

Fatoni, Abdurrohman, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*, Rineka Cipta, Jakarta, 2006

Ghazaly, Abdul Rahman, dkk, *Fiqh Muamalat*, Kencana, Jakarta, 2012

Harefa, Andreas, *Multilevel Marketing: Alternatif Karier dan Usaha Menyongsong Millenium Ketiga*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1999

- Hartono, Jogiyanto, *Metode Penelitian Bisnis Salah Kaprah Dan Pengalaman-Pengalaman Edisi 6*, BPFE, Yogyakarta, 2014
- Hermawan, Agus, *Komunikasi Pemasaran*, Erlangga, Jakarta, 2012
- Karim, Helmi, *Fiqh Muamalah*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 1997
- Kasali, Rhenald, dkk, *Modul Kewirausahaan*, PT Mizan Publika, Jakarta, 2010
- Moleong, Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, PT Remaja Rosda Karya, Bandung, 2001
- Longenecker, Justin G., dkk, *Kewirausahaan: Manajemen Usaha Kecil*, Salemba Empat, Jakarta, 2001
- M. Suyanto, *Muhammad: Business strategy & Ethics*, Andi, Yogyakarta, 2008
- Moleong, Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, PT Remaja Rosda Karya, Bandung, 2001
- Panduan Sukses HNI-HPAI
- Peter, J. Paul & Jerry C. Olson, “*Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran: Edisi 9 Buku 2*”, Salemba Empat, Jakarta, 2014
- Qardhawi, Yusuf Al-, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Gema Insani Press, Jakarta, 1997
- Roller, David, *Menjadi Kaya dengan Multilevel Marketing*, PT Gramedia Utama, Jakarta, 1995
- Sholihin, Ahmad Ifham, *Buku Pintar Ekonomi Syariah*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2010
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, Alfabeta, Bandung, 2014
- Suyanto, M., *Marketing Strategy: Top Brand Indonesia*, ANDI, Yogyakarta, 2007
- Swastha, Basu, *Azas-Azas Marketing*, Liberty Yogyakarta, Yogyakarta, 2009
- Tika, Pabundu, *Metode Riset Bisnis*, Bumi Aksara, Jakarta, 2006
- Tjiptono, Fandi, *Strategi Pemasaran*, ANDI, Yogyakarta, 2008

Non-Buku:

Amin, Muhammad. "Strategi pemasaran MLM (Multilevel Marketing) perspektif ekonomi islam". *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto*. 2016

Buku Panduan Sukses HNI HPAI

Fatwa DSN-MUI No. KEP-03/DSN-MUI/VII/2016 tentang Daftar Perusahaan Penjualan Langsung Berjenjang Syariah yang telah mendapatkan sertifikat DSN-MUI

Fitrah, Deasy Rabiullia & Murhadi, "Pengaruh Industri Multilevel Marketing (MLM) terhadap Peningkatan Jiwa Kewirausahaan Mahasiswa dan Masyarakat", *Jurnal Pelita*, Vol. 03, Nomor 01, 2008

Huda, Choirul. "Syariah dalam Perspektif pelaku bisnis MLM Syariah Ahadnet Internasional (studi kasus di kota Semarang)", *Jurnal Economica*, Vol 04, Nomor 02, 2013

<http://yuliyuliawati.com/informasi-profil-perusahaan-amway> diakses tanggal 23 april 2018 pukul 07:28

Mardalis, Ahmad & Nurhasanah, "Multilevel Marketing (MLM) Perspektif Ekonomi Islam". *Jurnal MLM Syariah*. Vol 01. Nomor 01. 2016

Muarif, Samsul. "Konsep *multilevel marketing* dalam tinjauan hukum islam". *Skripsi Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta*. 2001

Mutiarani, Sarah. "Bisnis *multilevel marketing* oriflame menurut tinjauan hukum islam". *Skripsi Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Surakarta*. 2017

Najib, Nurman. "Pelaksanaan penjualan langsung berjenjang syariah umrah/haji plus PT Arminareka Perdana cabang Surabaya perspektif fatwa DSN-MUI No: 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Penjualan langsung berjenjang syariah". *Skripsi Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sunan Ampel*. 2012

Nordin, Suhailah Mohd & Salmy Edawati Yaacob, "Sorotan Literatur Perniagaan Jualan Langsung secara Pemasaran Berbilang Tingkat vs Sistem Piramid", *Jurnal Islamiyyat*, Vol. 39, Nomor 02, 2017

- Palupi W. “Manifestasi MLM dalam Perspektif Syariah terhadap Paradoks dan Euforia Masyarakat Indonesia”. *At-Tahdzib: Jurnal Studi Islam Dan Muamalah*. Vol 04. Nomor 01. 2016.
- Purnamasari, Devi, “Pengaruh Persepsi Downline tentang Kualitas Jasa Upline pada Multilevel Marketing Tianshi terhadap Loyalitas Downline di Malang”, *Jurnal Ilmiah Komunikasi*, Vl. 04, Nomor 02, 2014
- Rahmawaty, Anita, “Bisnis Multilevel Marketing dalam Perspektif Islam”, *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 02, Nomor 01, 2016
- Rohimin, Network Marketing: Analisis terhadap Pemasaran Jejaring dalam Penjualan Langsung Berjenjang Syariah, *Jurnal Al-Intaj*, Vol. 02, Nomor 02, 2016
- Rusman, Syahrin. “Analisis maqashid syari’ah terhadap fatwa MUI mengenai halal haramnya bisnis MLM (Multilevel Marketing)”. *Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum UIN Alauddin Makassar*. 2016
- Rustiawan, “Daftar List MLM Halal Syariah Ternyata Hanya 7”, HPA Network: t.p., t.t.
- Sambutan Bapak H. Rofik Hananto S.E selaku Direktur Marketing dalam Buku Panduan Sukses HNI HPAI
- Sasongko, Agung, “Ini dia, *Multilevel Marketing* (MLM) Berbasis Syariah”, *Republika*, 23 Juni 2010
- \_\_\_\_\_, “Mengetahui Pengobatan Thibunnabawi”, *Republika*, 24 April 2018 09:00
- Utami, Ayu Dewi, dkk. “Pelaksanaan jual beli melalui sistem *multilevel marketing* perspektif hukum islam”. *Jurnal Varia Justicia*. Vol. 12. Nomor 01. 2016
- Wawancara dengan Bapak Muhammad Nurwahyudi, Supervisor IT Support PT HPA Indonesia pada tanggal 05 April 2018
- Wawancara dengan ibu Fidhoh Thereyati LED, istri direktur marketing PT HPA Indonesia pada tanggal 02 April 2018
- Wawancara dengan Bapak Rofik Hananto, Direktur Marketing HNI-HPAI pada tanggal 15 Juni 2019
- Wawancara dengan Bapak Nasrudin, Kepala Business Center Purwokerto PT HPAI pada tanggal 15,16, 17 Juni 2019

Wawancara dengan Dini, Senior Manager Pegawai BC Purwokerto pada tanggal  
16 Juni 2019

Wawancara dengan Ike Ristiawati, Kepala Agency Center Tangerang, Wawancara  
pada tanggal 13 Juni 2019

[www.hpaindonesia.net](http://www.hpaindonesia.net) diakses tanggal 1 April 2018 pukul 15.15

