

SKRIPSI

**ANALISIS PENERAPAN SISTEM SYARIAH DAN
PENJUALAN PRODUK MULTI LEVEL MARKETING SYARIAH
DALAM PENINGKATAN KESEJAHTERAAN ANGGOTA
(Studi Kasus Toko Shad Network Cabang Aceh Besar)**



Disusun Oleh:

Muhammad Denny Ruliansyah

NIM. 140602153

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2019 M / 1440 H**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Muhammad DennyRuliansyah
NIM : 1400602153
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggung jawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan pemanipulasian dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 15 Juli 2019

Yang Menyatakan,

Muhammad Denny Ruliansyah



LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Beban Studi
Untuk Menyelesaikan Program Studi Ekonomi Syariah
Dengan Judul:

**Analisis Penerapan Sistem Syariah Dan Penjualan Produk
Multi Level Marketing Syariah Dalam Peningkatan
Kesejahteraan Anggota
(Studi Kasus Toko Shad Network Cabang Aceh Besar)**

Disusun Oleh:

Muhammad Denny Ruliansyah

NIM. 140602153

Disetujui untuk diseminarkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan dalam penyelesaian studi pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry

Pembimbing I

Pembimbing II.

Dr. Nilam Sari, M.Ag

Seri Murni, SE., M.Si. Ak

NIP. 197103172008012007.

NIP. 197210112014112001

Mengetahui

Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, *Rully*

Dr. Nilam Sari, M.Ag

NIP. 197103172008012007

**LEMBAR PENGESAHAN SEMINAR HASIL
SKRIPSI**

Muhammad Denny Ruliansyah
NIM. 140602153

Dengan Judul:

**Analisis Penerapan Sistem Syariah dan Pendapatan Multi
Level Marketing Syariah dalam Peningkatan Kesejahteraan
Anggota**

(Studi Kasus Toko Shad Network cabang Aceh Besar)

Telah Diseminarkan Oleh Program Studi Strata Satu (S1) Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry dan Dinyatakan Lulus Serta
Diterima Sebagai Salah Satu Beban Studi Untuk Menyelesaikan Program
Studi Strata 1 dalam bidang Ekonomi Syariah

Pada Hari/Tanggal: Selasa, 15 Juli 2019
1 Dzulqa'dah 1440 H

Banda Aceh
Tim Penilai Seminar Hasil Skripsi

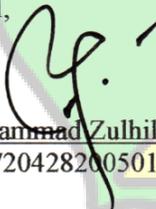
Ketua,


Dr. Milam Sari, M.Ag
NIP: 197103172008012007

Sekretaris,


Seri Murni, SE., M.Si. Ak
NIP: 197210112014112001

Penguji I,


Dr. Muhammad Zuhilmi, S.Ag., MA
NIP. 197204282005011003

Penguji II


Winny Dian Safitri, S.Si., M.Si

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh


Dr. Zaki Fuad Chalil, M.Ag
NIP. 19640314 199203 1 003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922
Web : www.library.ar-raniry.ac.id, Email : library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Muhammad Denny Ruliansyah
NIM : 140602153
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
E-mail : denny.ruliansyah11@gmail.com

Demi Pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-ekskusif Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

Tugas Akhir KKKU Tesis Yang berjudul:
Analisis Penerapan Sistem Syariah Dan Pendapatan Multi Level Marketing Syariah Dalam Peningkatan Kesejahteraan Anggota (Studi Kasus Toko Shad Network Cabang Aceh Besar)

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain

secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada tanggal : 15 Juli 2019

Penulis

Muhammad Denny Ruliansyah
140602153

Mengetahui,
Pembimbing I

Dr. Nilam Sari, M.Ag
NIP. 197103172008012007

Pembimbing II

Seri Murni, SE., M.Si, Ak
NIP. 197210112014112001

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

مَنْ جَدَّ وَجَدَ

“Siapa Yang Bersungguh Sungguh Akan Mendapatkannya”.

“Banyak kegagalan hidup terjadi karena orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan kesuksesan ketika mereka menyerah” (Thomas Edison)



KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT. atas rahmat-Nya yang telah memberikan kesehatan, kemudahan dan kesabaran kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat beriring salam kita sanjungkan kepangkuan Nabi Besar Muhammad Saw beserta keluarga dan sahabatnya yang karena beliau kita dapat merasakan betapa bermakna nya alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Penulisan skripsi yang berjudul **“Analisis Penerapan Dan Penjualan Produk Multi Level Marketing Syariah Dalam Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat (Studi Kasus Toko Shad Network Cabang Aceh Besar)”** ini dimaksudkan sebagai syarat penyelesaian studi untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan dari banyak pihak baik dari segi moral dan material sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, melalui kata pengantar ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nilam Sari, M.Ag selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah dan Cut Dian Fitri, SE.,M.Si, Ak., CA selaku

Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah serta Nur Amalia, M.Pdselaku operator program studi Ekonomi Syariah.

3. Muhammad Arifin, Ph.D, selaku ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Dr. Nilam Sari, M.Ag selaku dosen pembimbing 1 dan Ibu Seri Murni, SE., M.Si.Ak selaku dosen pembimbing 2 yang telah meluangkan waktunya dalam memberikan bimbingan dan arahan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Dr. Muhammad Yasir Yusuf, M.A selaku penasehat akademik yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama perkuliahan, serta seluruh dosen dan staff Program Studi Ekonomi Syariah yang telah membagikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama ini.
6. Ayah Jufri dan Ibu Nur Azizah selaku orang tua dan Rayyan selaku adik yang telah memberikan segala bentuk pengorbanan, perjuangan, nasihat, kasih sayang dan doa yang tiada henti demi keberhasilan penulis.
7. Teman-teman saya : Teuku Muazzin, SE, Annisaq ulfa, SE, TM Banta Ihsan, Nur Imanda, SE, Mona, Behlul, Andi, Fajar, Nauval, Muhammad Arif, SE, Ikram dan Rizka Aisha yang selalu memberikan motivasi dan semangat dalam penyelesaian skripsi ini.

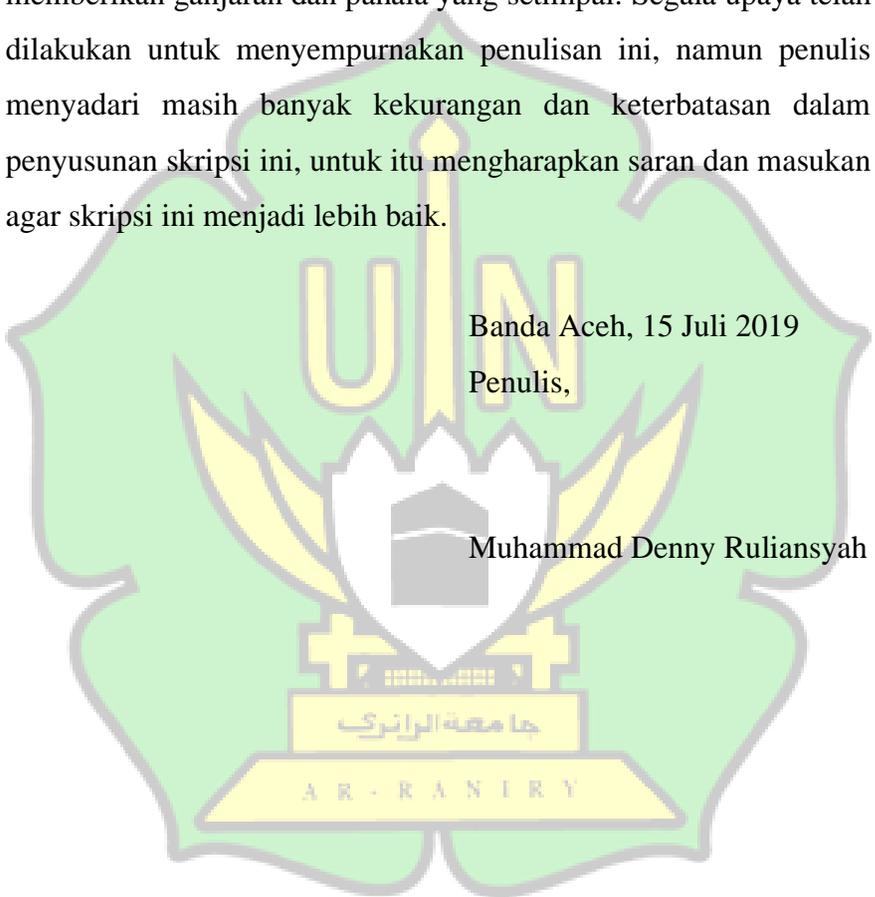
8. Seluruh anggota kelompok KPM dan mahasiswa unit 5 jurusan Ekonomi Syariah dan Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

Bantuan itu semua dipulangkan kepada Allah SWT untuk memberikan ganjaran dan pahala yang setimpal. Segala upaya telah dilakukan untuk menyempurnakan penulisan ini, namun penulis menyadari masih banyak kekurangan dan keterbatasan dalam penyusunan skripsi ini, untuk itu mengharapkan saran dan masukan agar skripsi ini menjadi lebih baik.

Banda Aceh, 15 Juli 2019

Penulis,

Muhammad Denny Ruliansyah



TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ḍ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	'
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌ِ ي	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
◌ِ و	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haulā*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf ,transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda
◌ِ ا	<i>Fathah dan alif</i> atau ya	Ā

يِ	<i>Kasrah dan ya</i>	Ī
يُ	<i>Dammah dan wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ : *qāla*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَقُولُ : *yaqūlu*

4. Ta *Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk ta *marbutah* ada dua.

a. Ta *marbutah* (ة) hidup

Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. Ta *marbutah* (ة) mati

Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

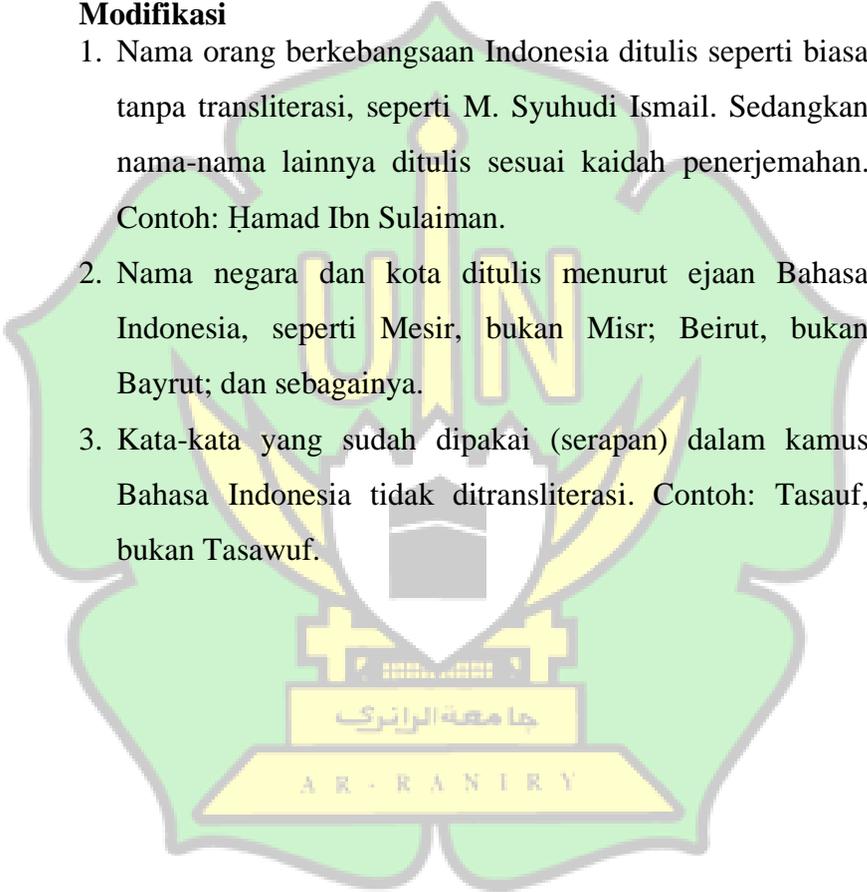
Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfāl/ raudatulatfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *al-Madīnah al-Munawwarah/*

**Catatan:
Modifikasi**

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail. Sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.



ABSTRAK

Nama : Muhammad Denny Ruliansyah
NIM : 140602153
Fakultas/Program : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi
Studi : Syariah Analisis Penerapan Dan Penjualan
Judul Skripsi : Produk Multi Level Marketing Syariah
Dalam Peningkatan Kesejahteraan
Masyarakat (Studi kasus Toko Shad
Network cabang Aceh Besar)
Pembimbing I : Dr. Nilam Sari, M.Ag
Pembimbing II : Seri Murni, SE., M.Si.Ak

Penelitian ini mengkaji tentang penerapan dan penjualan produk MLM Syariah Shad Network Cabang Aceh Besar dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana sistem aturan dan sistem penjualan produk MLM Syariah Shad Network menyentuh sampai dapat meningkatkan kesejahteraan terhadap masyarakat. Penelitian ini berjenis penelitian lapangan (*field research*) dengan metode kualitatif yang bersifat deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem penerapan sesuatu kebijakan yang di atur oleh perusahaan Shad Network sangat mudah dan sederhana serta berlandaskan dengan aturan Dewan Syariah Nasional Majelis Permusyawaratan Ulama (DSN-MUI) hingga diawasi dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) dan berlaku adil kepada setiap mitra dalam pemberian insentif bulanan. Mitra Shad Network melakukan sistem pemasaran berjenjang dengan memanfaatkan pelanggan sebagai jaringan distribusi dan memberikan kesempatan kepada konsumen atau pelanggan untuk terlibat sebagai penjual serta mendapat keuntungan pada garis kemitraan atau disebut mitra niaga serta banyak dari para mitra memperoleh pendapatan Insentif Bulanan yang di berikan oleh perusahaan Shad Network lebih dari Rp 300.000 (tiga ratus ribu rupiah) perbulan, bahkan pendapatan lebih ini bisa mencapai Rp 1.000.000 (satu juta rupiah) dalam bulannya.

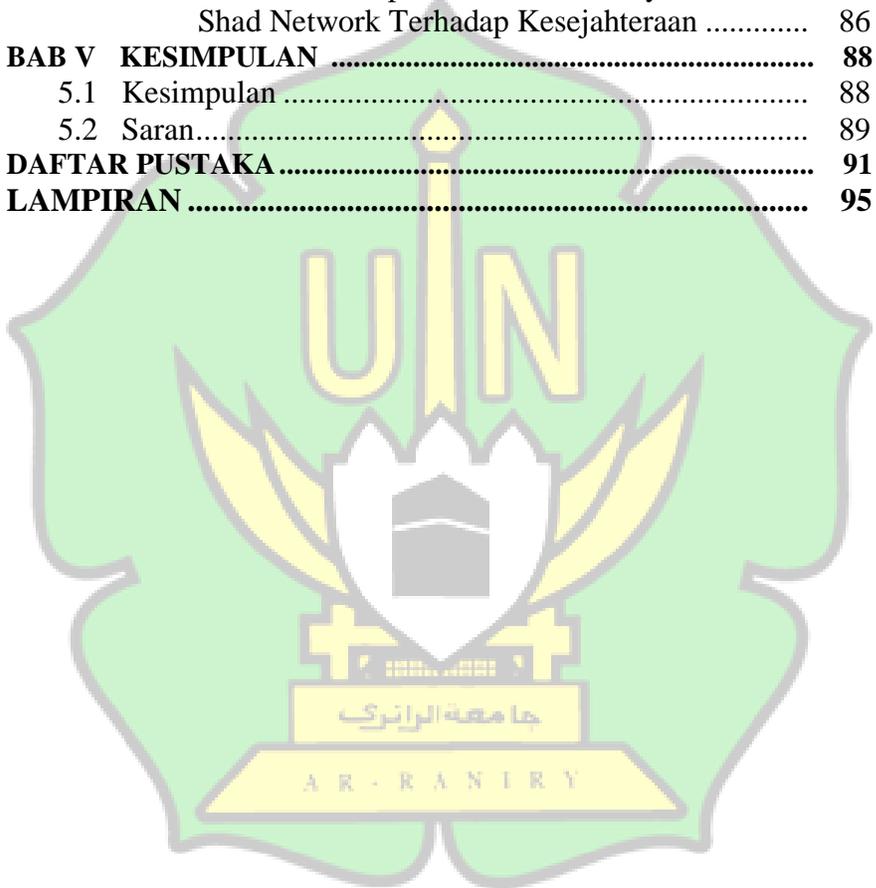
Kata Kunci: Analisis, Multi Level Marketing Syariah, Kesejahteraan

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL KEASLIAN	i
HALAMAN JUDUL KEASLIAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
HALAMAN TRANSLITERASI	xi
ABSTRAK	xv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II LANDASANTEORI.....	13
2.1 Bisnis Islam dan Penerapan Prinsip Etika Bisnis Dalam Islam	13
2.1.1 Pengertian Bisnis Islami.....	13
2.1.2 Penerapan Prinsip Etika bisnis Dalam Islam.....	14
2.2 <i>Multi Level Marketing</i> (MLM).....	16
2.3 Konsep <i>Bisnis Multi Level Marketing</i> (MLM).....	19
2.4 <i>Multi Level Marketing</i> (MLM) Syari'ah	22
2.5 Marketing Plan.....	39
2.6 Kesejahteraan	40
2.7 Penelitian Yang Relevan	42
2.8 Kerangka Berpikir.....	65

BAB III METODE PENELITIAN.....	63
3.1 Jenis Penelitian.....	63
3.2 Lokasi Penelitian.....	63
3.3 Sumber Data.....	63
3.4 Penentuan Populasi Dan Sampel.....	64
3.4.1 Populasi	64
3.4.2 Sampel.....	65
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	63
3.5.1 Observasi.....	63
3.5.2 Wawancara.....	63
3.5.3 Kuesioner	63
3.6 Teknik Pengolahan Data	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	68
4.1 Gambaran Umum MLM Syariah Shad Network Cabang Aceh Besar	68
4.1.2 Sejarah Singkat MLM Syariah Shad Network Cabang Aceh Besar	69
4.1.2 Visi, Misi Dan Tujuan MLM Syariah Shad Network.....	69
4.1.3 Produk MLM Syariah Shad Network Cabang Aceh Besar	70
4.2 Strategi Pemasaran MLM Syariah	73
4.2.1 Strategi Pemasaran MLM Syariah Shad Network Berdasarkan Produk	73
4.2.2 Strategi Pemasaran MLM Syariah Shad Network Berdasarkan Tempat.....	75
4.2.3 Strategi Pemasaran MLM Syariah Shad Network Berdasarkan Promosi.....	75
4.2.4 Strategi Pemasaran MLM Syariah Shad Network Berdasarkan Harga	76
4.3 Marketing Plan Dan pembagian Bonus.....	77
4.3.1 Tingkat/Perjenjangan Dan Pembagian Bonus Distributor Shad Network	78
4.4 Karakteristik Responden	80
4.4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	80

4.4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	82
4.4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	83
4.5	Pembahasan.....	44
4.5.1	Analisis Penerapan Dan Penjualan Produk Terhadap Pendapatan Masyarakat.....	84
4.5.2	Analisis Pendapatan Mitra MLM Syariah Shad Network Terhadap Kesejahteraan	86
BAB V	KESIMPULAN	88
5.1	Kesimpulan	88
5.2	Saran.....	89
	DAFTAR PUSTAKA	91
	LAMPIRAN	95



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbedaan MLM Syariah dan MLM ONvensional	27
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	27
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Total Penjualan Produk Tahun 2018.....	12
Gambar 1.2 Jenis Kelamin Responden	81
Gambar 1.3 Usia Responden.....	43
Gambar 1.4 Pendidikan Responden	43
Gambar 1.5 Wawancara Dengan Mitra.....	101
Gambar 1.6 Wawancara Dengan Mitra.....	101
Gambar 1.7 Wawancara Dengan Mitra.....	102
Gambar 1.8 Wawancara Dengan Mitra.....	102



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Transkrip Wawancara Pemilik Mitra Salur Shad Network Cabang Aceh Besar	95
Lampiran 2	Kuisisioner Anggota Shad Network	93
Lampiran 3	Foto Kegiatan Pengisian Kuisisioner Dengan Anggota Shad Network	101



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Islam sebagai agama rahmatan lil'alamain tidak hanya mengatur hubungan antara manusia dengan pencipta-Nya (*hablum minallāh*), melainkan hubungan antara manusia dan sesamanya (*hablum minannās*) kedua hal tersebut tidak dapat dipisahkan. Terlebih dalam hal menjalankan tugasnya sebagai khalifah untuk memakmurkan bumi, suatu tugas yang tidak dapat diemban oleh semua makhluk meskipun malaikat sebagai hamba Allah SWT yang taat menjalankan perintahnya, dalam melaksanakan kekhalifahannya itu Allah SWT menciptakan manusia sebagai makhluk yang paling sempurna dibandingkan dengan makhluk ciptaannya yang lain. Perbedaan tersebut diberikan pada manusia antara lain seperti akal, nafsu, naluri, ilmu dan agama dengan kelebihan tersebut segala aktivitas yang dilakukan oleh manusia memiliki aturan pokok yang telah diatur di dalam syari'at Islam (Syarifuddin, 2010:175). Dunia semakin maju, teknologi semakin canggih dan sistem perdagangan (bisnis) semakin banyak dan beraneka ragam. Kaum kafir memang masih menguasai ekonomi, bisnis dan perdagangan dunia namun umat Islam masih jauh ketinggalan bahkan nampak semakin tercekik, tidak bisa banyak berbuat apalagi mengamalkan dan mempraktikkan hukum-hukum Islam.

Bisnis secara literal dapat diartikan sebagai suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan orang lain (Alma, 2003:90). Istilah bisnis sudah sangat familiar dalam masyarakat kita. Kehidupan manusia seakan tidak pernah lepas dari kata bisnis. Secara semantik kata ini memiliki beberapa konotasi makna seperti usaha, perdagangan, perusahaan, tugas, urusan, usaha dagang dan sebagainya. Secara teknis bisnis bisa dimaknai sebagai semua aktifitas yang dilakukan seseorang dan organisasi yang memproduksi barang dan jasa dengan maksud dan tujuan untuk memenuhi kebutuhan manusia dengan mendapat imbalan pembayaran yang disebut dengan harga sering disebut dengan bisnis (Muhammad, 2007:85).

Berbicara bisnis dalam era globalisasi yang ditandai dengan persaingan yang amat ketat, sangat relevan jika diingat nilai-nilai moral dan etika yang sering kali diabaikan. Para pelaku bisnis juga semakin menyadari bahwa dalam persaingan bisnis yang semakin ramai serta bangkitnya kesadaran masyarakat akan kegiatan bisnis yang baik, langkah kearah sukses bisnis yang baik semakin ditentukan oleh berbagai faktor yang non ekonomis menejerial. Salah satu faktor tersebut adalah aspek manusiawi dan aspek etis (Castrawijaya, 2013:4).

Kegiatan ekonomi dalam pandangan Islam merupakan tuntutan kehidupan. Disamping itu juga merupakan anjuran yang memiliki dimensi ibadah, Islam tidak menghendaki umatnya hidup dalam ketertinggalan dan keterbelakangan ekonomi. Namun demikian, Islam juga tidak menghendaki pemeluknya menjadi mesin ekonomi yang melahirkan budaya materialisme. Untuk memenuhi kebutuhan hidup yang beragam manusia tidak mungkin sendirian, ia harus bekerja sama dengan orang lain, antara individu dengan individu lain dan antara produsen dengan konsumen. Salah satu bentuk kerjasama yang dikembangkan dewasa ini adalah sistem penjualan langsung berjenjang atau sering disebut Multi Level Marketing (MLM) (Handayani, 2015).

Berkembangnya industri MLM di Indonesia belakangan ini merupakan suatu fenomena yang cukup menarik. Dalam waktu kurang dari dua dekade bangsa ini telah memiliki sekitar kurang lebih 40 perusahaan MLM. Menurut data asosiasi penjual langsung Indonesia (APLI) tahun 2002 sekitar 4 juta orang telah terlibat dalam industri ini, dan di antaranya terdapat puluhan hingga ratusan ribu orang yang terpicat hatinya pada perusahaan MLM berbasis Syariah (Rozi, 2005:65).

Kelahiran MLM Syariah dilatar belakangi oleh kepedulian akan kondisi perekonomian umat Islam yang menjadi mayoritas di negeri ini, harus menggunakan kekuatan jaringan agar pemberdayaan potensi bisnis Umat Islam Indonesia bisa di wujudkan. Kehadiran MLM Syariah juga di latar belakangi oleh

realitas produk-produk makanan, minuman, komestika dan jutaan jenis-jenis barang lainnya, akan semakin banyak masuk ke Indonesia yang bebas secara halal dan haramnya pun tidak jelas. Pemasaran produk tersebut tidak saja melalui ritel eceran, tetapi juga melalui sistem MLM konvensional, yang di pasarkan melalui jaringan keanggotaan.

Adapun dalam sistemnya, MLM Syariah dan MLM Konvensional memiliki perbedaan sebagai berikut :

Tabel 1.1
Perbedaan MLM Syariah dan MLM Konvensional

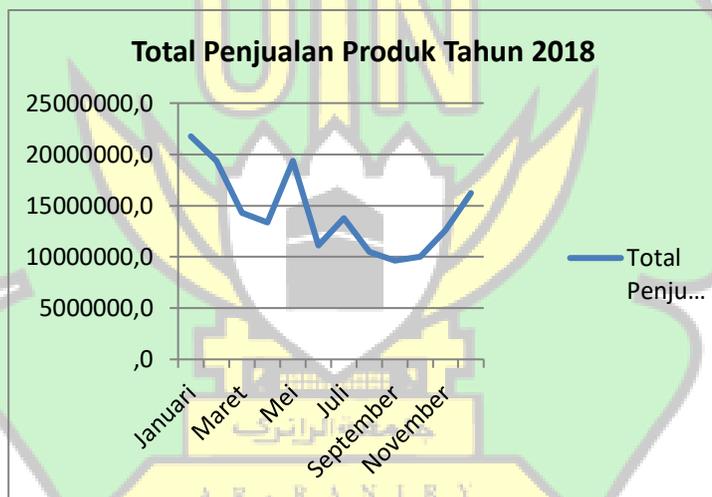
	MLM SYARIAH	MLM KONVENSIONAL
Akad dan aspek legalitas	Berdasarkan Hukum positif, kode etik, dan prinsip-prinsip syariah	MLM legal berdasar hukum positif dan kode etik
Lembaga Penyelesaian	Badan Arbitrase Muamalah Indonesia (BAMUI)	Peradilan Negeri
Struktur Organisasi	DPS	Tidak dikenal
Prinsip Operasional	Dakwah dan Bisnis	Bisnis murni
Keuntungan	Pemberdayaan	Tidak dikenal

Usaha	Lewat ZIS	
Jenis Usaha dan Produk	Halalan Thayyiban	Sebahagian sudah mendapat sertifikat MUI

MLM syariah pertama di Indonesia bahkan di dunia adalah Shad Network. Shad Network adalah perusahaan yang memasarkan produk-produk syar'i yang diawasi oleh Dewan syariah, dengan konsep MLM. Shad Network didirikan pada tanggal 1 Januari 1996 di Masjid Al Ittihad Tebet Jakarta Selatan, oleh beberapa pemuda muslim yakni H.Muhammad Hidayat, H. Ateng Kusnadi, H. Abdul Halim dan H. Danny Ramdhani merintis usaha ini dengan pendekatan syariah, usaha ini dirancang sebagai bisnis silaturrahim dengan jaringan (*net*) umat muslim yang berwawasan luas. Seiring berjalan waktu MLM Shad Network semakin berkembang di Indonesia sehingga membuka cabang di setiap daerah/kota-kota besar di Indonesia, tahun 2018 MLM Shad Network sudah memiliki cabang (stokis) sebanyak 29 cabang seluruh Indonesia.

Aceh Besar adalah salah satu tempat didirikannya cabang MLM Shad Network yang berlokasi di Desa Lamreung, Kecamatan Darul Imarah, cabang ini di didirikan di karenakan semakin banyaknya mitra yang terus bergabung dengan perusahaan MLM Shad Network yang bertujuan untuk mempermudah para mitra dalam memperoleh produk dan mendapatkan informasi seputar MLM Syariah tersebut.

Cara kerja perusahaan ini sebenarnya tak jauh berbeda dengan MLM pada umumnya yakni dengan melakukan pemasaran produk-produk tertentu dengan sistem berjenjang artinya setiap mitra/distributor memperoleh manfaat dengan mengembangkan jaringan (*net*) seluas-luasnya untuk memperoleh pendapatan yang dihitung berdasarkan keaktifan jaringannya. Semua penghargaan pada anggota diberikan berdasarkan kemampuan anggota memperluas jaringan dan besarnya nilai penjualan tiap bulan. Berdasarkan rekapitan data penjualan tahun 2018 hasil penjualan produk MLM Syariah Shad Network Aceh Besar sebagai berikut :



Gambar 1.1

Berdasarkan grafik gambar 1.1 dapat dilihat bahwa penjualan produk MLM Syariah Shad Network di cabang aceh besar mengalami fluktuasi naik dan turun setiap bulannya, hasil penjualan tertinggi yaitu pada bulan januari yaitu sebesar Rp. 21.761.000 dan hasil penjualan terendah yaitu pada bulan

September sebanyak Rp. 9.634.000 dan total penjualan di tahun 2018 sebanyak Rp. 171.961.500. Penjualan yang dilakukan oleh distributor-distributor tentu saja memperoleh keuntungan, sehingga kemudian perusahaan akan membagi keuntungan yang diperoleh berupa bagi hasil atau bonus. Banyaknya distributor yang berada pada suatu MLM menunjukkan bahwa banyak distributor yang menggantungkan hidupnya pada bisnis tersebut. Sehingga kebijakan mengenai aturan pembagian keuntungan yang merugikan distributor tidak hanya akan mendzalimi satu atau dua orang saja tetapi banyak orang. Maka perlu ada penegakan kaidah-kaidah syariat dalam menyelesaikan berbagai masalah, termasuk masalah ketidakadilan dan kesejahteraan atas bagi hasil perusahaan MLM dengan para distributornya tersebut (Syahiedah, 2016)

Pendapatan yang berbeda pada setiap orang termaktub dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 71 yang berbunyi :

وَاللَّهُ فَضَّلَ بَعْضَكُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ فِي الرِّزْقِ ۖ فَمَا الَّذِينَ فُضِّلُوا بِرَادِّي رِزْقِهِمْ عَلَىٰ مَا
مَلَكَتْ أَيْمَانُهُمْ فَهُمْ فِيهِ سَوَاءٌ ۖ أَفَبِعِنْمَةِ اللَّهِ يَجْحَدُونَ

“Dan Allah melebihkan sebahagian kamu dari sebagian yang lain dalam hal rezeki, tetapi orang-orang yang dilebihkan (rezekinya itu) tidak mau memberikan rezeki mereka kepada budak-budak yang mereka miliki, agar mereka sama (merasakan) rezeki itu. Maka mengapa mereka mengingkari nikmat Allah”.

Akan tetapi atas dasar hal itu bukan berarti pemilik harta yang berlebih diizinkan untuk tidak berlaku adil terhadap yang lain. Sepatutnya distribusi harta/kekayaan jangan sampai hanya berputar

di kalangan orang-orang kaya sementara kelompok lainnya (yang miskin) tidak memperoleh bagian. Allah menegaskannya dengan indah dalam Al-Qur'an surat Al-Hasyr ayat 7 yang berbunyi :

مَا أَفَاءَ اللَّهُ عَلَىٰ رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَىٰ فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ
وَالْمَسَاكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ ۚ وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ
فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

“Apa saja harta rampasan yang diberikan Allah kepada Rasul-Nya (dari harta benda) yang berasal dari penduduk kota-kota maka adalah untuk Allah, untuk Rasul, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu. Apa yang diberikan Rasul kepadamu, maka terimalah. Dan apa yang dilarangnya bagimu, maka tinggalkanlah. Dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah amat keras hukumannya.”

Apalah artinya produk yang menggunung jika hanya bisa didistribusikan untuk segelintir orang yang memiliki uang banyak. Maka selayaknya antara perusahaan dan distributor MLM yang melakukan kerja sama ekonomi saling memahami hak dan tanggung jawabnya masing-masing (Khasanah, 2010)

Pola hubungan kerja antara perusahaan dan distributor MLM akan saling mempengaruhi, diantaranya dalam besarnya

pendapatan masing-masing sebagai akibat dari sistem bagi hasil keuntungan yang diberlakukan. Karenanya, pengaturan sistem bagi hasil keuntungan usaha antara perusahaan dan distributor MLM merupakan hal yang penting untuk diperhatikan, untuk mengurangi timbulnya unsur-unsur kezaliman yang dapat memicu ketidakadilan serta kesejahteraan terutama bagi para distributor/mitra MLM (syahiedah, 2016)

Berdasarkan pendapat Khasanah (2010), dalam pelaksanaan bagi hasil tidak boleh berbuat dzalim dan harus adil. Pemilik modal tidak boleh sewenang-wenang dengan membuat keputusan sendiri yang hanya menguntungkan dirinya saja, sedang kepentingan lainnya diabaikan. Diharapkan dengan pembagian keuntungan penjualan yang mengikuti petunjuk Al-Qur'an dan sunnah dapat menyejahterakan banyak orang, khususnya semua distributor dalam MLM, baik pada level yang sudah tinggi maupun distributor yang masih merintis usaha (berada pada level-level bawah)

Berangkat dari ulasan di atas maka penulis ingin menganalisis bisnis jaringan MLM (syari'ah) khususnya Shad Network sebagai praktek nyata dari kegiatan bisnis jaringan terwaralaba pribadi terhadap peningkatan kesejahteraan anggotanya. Maka berdasarkan pembahasan tersebut peneliti tertarik untuk meneliti tentang “Analisis Penerapan Dan Penjualan Produk Multi Level Marketing Syari'ah Dalam Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat (Studi Kasus Toko Shad Network Cabang Aceh Besar)”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah di jelaskan dalam latar belakang masalah, maka penulis membatasi rumusan masalah dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimana penerapan Multi Level Marketing syariah pada Toko Shad Network cabang Aceh Besar?
2. Apakah penjualan produk Multi Level Marketing syariah dapat meningkatkan kesejahteraan anggota?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian skripsi ini bertujuan untuk memberikan suatu gambaran tentang analisis penerapan dan penjualan produk Multi Level Marketing syariah dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat. Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penulisan skripsi ini yaitu:

1. Untuk mengetahui penerapan Multi Level Marketing syariah pada Toko Shad Network cabang Aceh Besar.
2. Untuk mengetahui penjualan produk Multi Level Marketing syariah dapat meningkatkan kesejahteraan anggota.

1.4. Manfaat Penelitian

Setiap penelitian pasti mempunyai sebuah tujuan akhir yaitu dapat memberikan manfaat. Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Secara teoritis penelitian ini bermanfaat sebagai saran implementasi ilmu pengetahuan bagi perkembangan dunia perekonomian.
2. Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan informasi bagi umat islam dalam usaha dibidang sektor riil ekonomi syari'ah.
3. Secara akademik penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi seluruh akademisi baik mahasiswa maupun dosen untuk menambah khasanah pengetahuan, informasi, pemahaman yang berkaitan dengan usaha dibidang sektor riil ekonomi syari'ah.
4. Secara kebijakan diharapkan berguna bagi masyarakat muslim yang melakukan kegiatan investasi dalam usaha dibidang sektor riil ekonomi syari'ah.
5. Secara personal bagi penulis sebagai tambahan pengetahuan dan wawasan dalam usaha dibidang sektor riil ekonomi syari'ah.

1.5. Sistematika Penulisan

Didalam penelitian ini terdiri dari lima bab yang masing-masing akan dijelaskan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Dalam bab ini dibahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori

Dalam bab ini akan dibahas mengenai teori-teori yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku serta beberapa literatur review yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III Metode Penelitian

Dalam bab ini akan dibahas metode penelitian yang digunakan, lokasi penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data serta teknik analisis data

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam bab ini akan dijelaskan hasil penelitian serta pembahasan-pembahasannya. Hasil penelitian ini meliputi: gambaran, strategi pemasaran, marketing plan (jenjang atau level) dan pembagian bonus serta analisis terhadap peningkatan kesejahteraan anggota.

BAB V Penutup

Dalam bab ini akan dikemukakan beberapa kesimpulan yang penulis peroleh dari hasil penelitian yang dilakukan serta penulis akan mengemukakan beberapa saran yang mungkin berguna bagi masyarakat dan mitra niaga di Toko Shad Network Aceh Besar.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Bisnis Islami dan Penerapan Prinsip Etika Bisnis dalam Islam

2.1.1. Pengertian Bisnis Islami

Bisnis dalam syariah Islam pada dasarnya termasuk kategori muamalah yang dibahas dalam bab *al-buyu'* (Jual-beli) yang hukum asalnya dari aspek hukum jual belinya secara prinsip yang hukum asalnya adalah boleh berdasarkan kaidah fiqih yang paling dasar dalam konsep muamalah sebagaimana yang dikemukakan oleh Imam Ibnu Qoyyim:

Pada dasarnya semua ibadah hukumnya haram kecuali kalau ada dalil yang memerintahkannya sedangkan asal dari hukum transaksi dan mu'amalah adalah halal kecuali kalau ada dalil yang melarang (Qaradhawi 2007:265).

Islam memahami bahwa perkembangan budaya bisnis berjalan begitu cepat dan dinamis. Berdasarkan kaidah umum syariah diatas maka terlihat bahwa Islam memberikan jalan bagi manusia untuk melakukan berbagai improvisasi dan inovasi melalui sistem, teknik dan media dalam melakukan bisnis. Bisnis Islami ialah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan (barang/jasa) termasuk profitnya namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan

pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram (Amirullah 2005).

2.1.2. Penerapan Prinsip Etika Bisnis dalam Islam

Dalam Islam etika diartikan sebagai akhlak dan adab yang bertujuan untuk mendidik moralitas manusia, dalam hal ini yang patut kita jadikan contoh adalah Nabi Muhammad SAW adalah nilai spiritual, humanisme, kejujuran, keseimbangan dan semangatnya untuk memuaskan mitra bisnisnya. Secara prinsip ia telah menjadikan empat pilar berikut ini sebagai dasar transaksi ekonominya, empat pilar tersebut adalah: tauhid, keseimbangan (adil), kehendak bebas dan pertanggung jawaban. Dalam berbisnis kelak pada saat kita sukses maka kita harus hidup sederhana dan wajar tidak bermewah mewahan dan bertindak mubazir, yang benar-benar harus kita perhatikan adalah bagaimana kita berbisnis yang memperhatikan halal dan haram sehingga kita bisa terhindar dari yang haram dan menjaga produk atau jasa dalam keadaan halal.

Ada satu lagi yang merupakan sifat Rasulullah yang perlu ditambahkan yaitu *syajā'ah* artinya berani. Nilai bisnisnya mau dan mampu mengambil keputusan, menganalisis data, tepat dalam mengambil keputusan dan responsive (Buchari Alma, 2009:54).

Didalam Al-Quran telah ditetapkan prinsip dan etika bisnis yaitu kebebasan dan keadilan, maksud dari kebebasan yaitu bahwasanya setiap individu berhak memiliki kekayaan secara bebas namun dengan memperoleh kekayaan yang sesuai dengan

syariat Islam sedangkan maksud dari keadilan itu sendiri dalam menyangkut dunia bisnis, Al-Quran memerintahkan agar dalam berbisnis hendaknya setiap janji dipenuhi, jujur, dan melindungi setiap hak-hak individu yang terkait dalam perilaku bisnis tersebut.

Menjalankan bisnis dalam perspektif ajaran Islam adalah tidak hanya bertujuan mencari keuntungan tetapi sebagai salah satu bentuk ibadah kita kepada Allah oleh karena itu keuntungan yang dihasilkan melalui bisnis tidak boleh merugikan pihak lain, bisnis juga harus dijalankan sesuai dengan aturan hukum dan etika. Islam melarang keras melakukan bisnis dengan cara yang tidak diperbolehkan dalam Islam seperti riba, penipuan, monopoli dan lain sebagainya karena dapat menimbulkan kemudharatan dan merugikan sesama (M.Hasan ali 2004;232). Sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.S. An-Nisaa: 29 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا.

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.

Untuk suksesnya sebuah bisnis setiap individu yang telah menekuni dunia bisnis diharapkan dapat memiliki sifat *ihsān* dan *Itqān* dalam menjalankan bisnis tersebut dengan ketekunan dan

kesungguhan dalam bekerja tanpa mengenal kata menyerah untuk membangun dan mengembangkan bisnis secara optimal dengan selalu menerapkan sifat teliti dan teratur dalam menjaga kualitas produk bisnisnya. Dalam menjalankan suatu bisnis, Islam juga mengajarkan kita untuk bersifat hemat dan meminimalisir dana yang digunakan untuk sepenuhnya kepentingan bisnis sebagai modal usaha atau investasi dimasa depan.

Kejujuran dan keadilan dalam dunia bisnis merupakan salah satu pilar yang sangat penting karena dengan hal tersebut akan berdampak langsung pada bisnis yang dijalankan, salah satu bentuk keadilan dalam dunia bisnis yaitu dalam melakukan perjanjian didasarkan kerelaan dan tidak ada pihak yang dirugikan. Bekerja keras dalam dunia bisnis memiliki keutamaan yaitu dapat menunjukkan secara optimal potensi diri dalam perencanaan dan usaha keras dengan bekerja keras dalam bidang bisnis dan apapun akan mencapai kemajuan dan keberhasilan untuk menghasilkan prestasi yang dapat diperhitungkan dalam dunia bisnis.

2.2. *Multi Level Marketing (MLM)*

Multi Level Marketing (MLM) adalah salah satu sistem pemasaran dengan memanfaatkan pelanggan sebagai jaringan distribusi. Istilah lain *Multi Level Marketing* adalah *Network Marketing*, *Multi Generation Marketing* dan *Uni Level Marketing*. MLM merupakan konsep pemasaran dengan cara memberikan kesempatan kepada konsumen atau pelanggan untuk terlibat sebagai penjual serta mendapat keuntungan pada garis

kemitraannya. Anggota yang tergabung dalam MLM disebut distributor atau mitra niaga. Mitra niaga selanjutnya ikut mengajak orang lain untuk menjadi anggota sehingga jaringan pelanggan atau pasar semakin besar atau luas. Keberhasilan mitra niaga mengajak dan menambah anggota akan meningkatkan omzet perusahaan sehingga memberikan keuntungan. Berdasarkan hal tersebut, perusahaan memberikan keuntungannya kepada mitra niaga dalam bentuk insentif berupa bonus (Tarmidzi Yusuf 2002:158).

Jika dilihat dari akar katanya MLM adalah singkatan dari *Multi Level Marketing*, *Multi* dapat diartikan "banyak", *Level* sama dengan "berjenjang" atau "tingkat" sedangkan *Marketing* adalah "pemasaran", jadi *Multi Level Marketing* adalah pemasaran yang (banyak) berjenjang. Karena anggota dari bisnis ini semakin banyak sehingga menjadi sebuah jaringan kerja maka MLM disebut juga *network marketing*, dengan kata lain *network marketing* yaitu sistem pemasaran dengan menggunakan jaringan (Sopian, 2004:3).

Menurut Muslich (2015), *Multi Level Marketing* adalah sebuah sistem pemasaran modern melalui jaringan distribusi yang dibangun secara permanen dengan memposisikan pelanggan perusahaan sekaligus sebagai tenaga pemasaran, dengan kata lain dapat dikemukakan bahwa *Multi Level Marketing* adalah pemasaran berjenjang melalui jaringan distribusi yang dibangun dengan menjanjikan konsumen (pelanggan) sekaligus sebagai tenaga pemasaran.

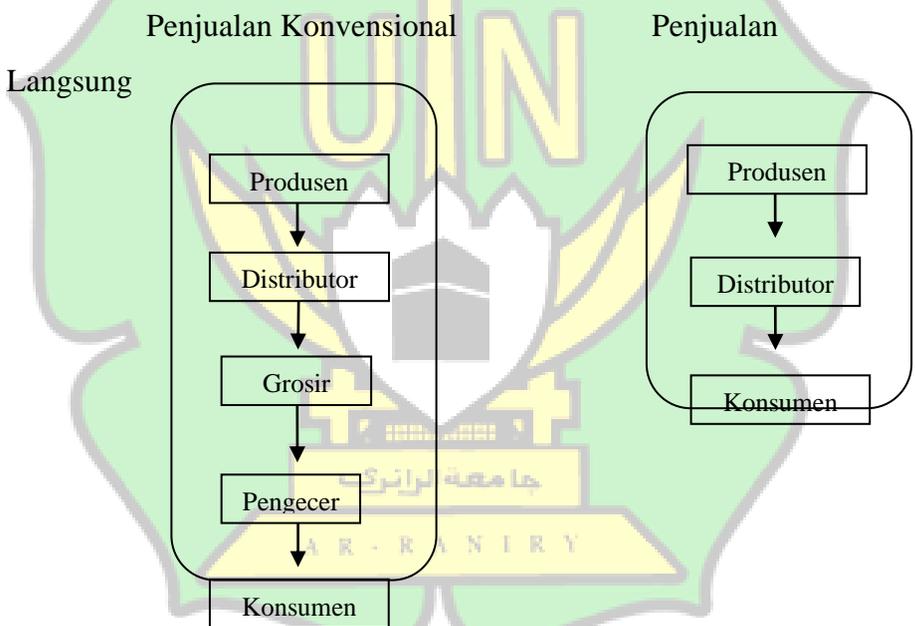
Menurut Kuswara (2005:17) *Multi Level Marketing* yaitu sistem pemasaran melalui jaringan distribusi yang dibangun secara berjenjang dengan memposisikan pelanggan perusahaan sekaligus sebagai tenaga pemasaran. Istilah *Multi Level Marketing* (MLM) menurut (Moch Fachrur Rozi 2005) adalah sistem pemasaran yang berpijak pada jaringan keanggotaan yang berhimpun dalam kegiatan perdagangan baik barang maupun jasa. Yaitu bisnis pemasaran yang menerapkan sistem keuntungan berjenjang berdasarkan tingkatan keanggotaan (*membering*) di suatu organisasi dagang sedangkan menurut (Benny Santoso 2003:28) MLM hanyalah suatu metode bisnis alternatif yang berhubungan dengan pemasaran dan distribusi. Perhatian utama dari MLM adalah menentukan cara terbaik untuk menjual produk dari suatu perusahaan melalui inovasi di bidang pemasaran dan distribusi, artinya MLM sama sekali bukanlah suatu cara ajaib yang bisa mendatangkan uang dengan cepat dan mudah.

Berdasarkan definisi diatas MLM merupakan salah satu metode untuk memasarkan suatu produk, jadi MLM berhubungan dengan cara memasarkan suatu produk dengan menerapkan sistem keuntungan berjenjang dan memanfaatkan sebuah jaringan kerja (keanggotaan), dengan kata lain MLM adalah sebuah metode pemasaran barang dan atau jasa dari sistem penjualan langsung melalui program pemasaran berbentuk lebih dari satu tingkat dimana mitra usaha mendapatkan komisi penjualan dan bonus

penjualan dari hasil penjualan barang dan jasa yang dilakukannya sendiri serta anggota jaringan di dalam kelompoknya.

2.3. Konsep Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM)

Konsep sistem MLM adalah berusaha memperpendek jalur yang ada pada sistem penjualan konvensional dengan cara mempersingkat jarak antara produsen dan konsumen (Benny Santoso, 2003:28-29). Perbedaan antara MLM (sistem penjualan langsung) dan sistem penjualan konvensional dapat dilihat pada diagram dibawah ini.



Sumber: Santoso, Benny (2003:29)

Gambar 2.1

Perbedaan Konsep Penjualan Konvensional Dan Penjualan Langsung

Sistem *Multi Level Marketing* Menurut Setiawan (2017), sistem atau cara kerja *Multi Level Marketing* adalah sebagai berikut:

1. Pertama-tama anda akan disponsori oleh seorang distributor perusahaan MLM.

Sponsor adalah distributor yang lebih dahulu bergabung dengan perusahaan MLM, tugas antara lain menjual produk-produk perusahaan MLM dan mencari mitra bisnis baru sebanyak mungkin untuk bergabung menjadi distributor hingga membentuk suatu jaringan yang luas.

2. Membayar uang pangkal/pendaftaran.

Dapat didaftar sebagai anggota atau distributor, setiap orang diwajibkan membayar sejumlah uang yang sudah ditentukan besarnya, uang pendaftaran ini biasanya akan diserahkan ke stockiest terdekat bersamaan dengan formulir pendaftaran yang telah diisi oleh prospek atau calon distributor, setelah membayar uang pangkal seorang distributor baru akan mendapatkan berbagai fasilitas misalnya buku pedoman, kartu anggota, literatur perusahaan, majalah, selebaran berkala, informasi produk, formulir-formulir pesanan, nasehat bisnis dan contoh-contoh produk.

3. Menandatangani perjanjian atau kontrak.

Seorang anggota/distributor yang sudah membayar sejumlah uang pangkal tadi kemudian akan

menandatangani suatu kontrak yang bersifat mengikat distributor dan perusahaan. Seorang distributor harus mematuhi berbagai peraturan yang sudah ditetapkan sedangkan perusahaan berkewajiban untuk menyediakan produk, memberikan berbagai bonus atau komisi, memberikan layanan sebagaimana dijanjikan dalam marketing plan perusahaan dan pedoman agar para distributor dapat menjalankan bisnisnya dengan benar. Setiap anggota berhak untuk mendapatkan produk-produk dari perusahaan dengan harga distributor atau harga grosir.

4. Melaksanakan aktivitas penjualan produk.

Para distributor kemudian melakukan kegiatan menjual produk-produk perusahaan kepada konsumen, sebagian besar penjualan langsung/*direct selling* ini merupakan *personal selling/face to face* diawali dengan suatu rekomendasi atau pendekatan langsung. Para distributor biasanya memberikan penjelasan tentang produk-produk perusahaan dan meyakinkan akan manfaat, keunggulan atau kualitas agar orang bersedia untuk membelinya.

5. Mengembangkan jaringan.

Selain bertugas menjual produk secara langsung kepada konsumen, setiap distributor juga harus mengembangkan jaringan penjualan seluas-luasnya, dalam membangun jaringan setiap distributor harus

mencari prospek. Ada beberapa strategi untuk mendapatkan prospek yaitu kembangkan jaringan seluas-luasnya, jelajahi seluruh pasar, temui orang-orang tempat prospek bergantung dan tampilkan diri sebagai agen. Apabila distributor berhasil dalam mengembangkan jaringan maka perusahaan akan memberikan berbagai imbalan dalam bentuk bonus, potongan harga dan insentif-insentif lainnya. Strategi MLM bertumpu pada pengembangan jaringan sehingga semakin banyak seorang distributor berhasil merekrut anggota baru maka penghasilan atau bonusnya semakin besar.

2.4. **Multi Level Marketing (MLM) Syari'ah**

Fatwa DSN-MUI no 75 tahun 2009 menyatakan bahwa *Multi Level Marketing* (MLM) syari'ah harus memenuhi 12 point persyaratan dalam sebuah dokumen/perusahaan MLM. Sebuah perusahaan atau dokumen MLM dianggap halal dan tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syari'ah apabila memenuhi 12 point persyaratan yaitu:

1. Adanya obyek transaksi riil yang diperjualbelikan berupa barang atau produk jasa.

Syarat pertama ini merupakan rukun akad yang harus dipenuhi oleh semua akad, seperti akad *baī'* atau jual beli, *ijārah*, *murābahah*, bahkan akad nikah sekalipun. Setiap akad harus memenuhi rukun-rukunnya yaitu ada

para pihak yang berakad, ada sighthat akad (ijab dan qabul) ada obyek akad, jika suatu akad tidak memenuhi rukun-rukun tersebut maka akadnya menjadi batal.

Dalam prakteknya memang ada beberapa perusahaan yang mengklaim sebagai industri MLM, namun mereka tidak menjual produk barang ataupun jasa apapun. Ada yang menyatakan bahwa yang mereka jual adalah hak usaha bahkan ada yang menyatakan bahwa yang mereka bayarkan itu adalah suatu sedekah. Hal ini bisa menjadi tolak ukur bagi masyarakat yang paling mudah apabila ada perusahaan yang mengklaim sebagai industri MLM, namun mereka tidak menjual produk barang maupun jasa maka jelas ini tidak memenuhi prinsip syari'ah kemungkinan besar mereka adalah sebuah *money game* atau perjudian.

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

Berdasarkan beberapa dalil yang dimuat dalam fatwa tersebut terdapat 2 hadits yang melarang jual beli anjing, khamr, bangkai, babi, patung, jasa paranormal dan pelacuran maka fatwa tersebut mengharamkan MLM yang menjual produk atau yang sengaja diperuntukkan sesuatu yang haram misalnya MLM dilarang menjual produk minuman yang memabukkan,

makanan yang mengandung babi, termasuk yang dipergunakan untuk sesuatu yang haram serta menjual pakaian yang mempertontonkan aurat atau alat-alat perjudian. Dalam implementasinya MUI mempunyai bagian yang disebut dengan LP POM MUI untuk memberikan sertifikasi halal pada produk barang yang dijual oleh semua perusahaan di Indonesia, baik yang dijual oleh industri MLM maupun non MLM tetapi MUI tidak mewajibkan sertifikasi halal harus diberikan oleh MUI. Sertifikasi produk halal bisa diberikan oleh lembaga lain diluar negeri seperti jabatan kemajuan Islam Malaysia (JAKIM) di Malaysia, masyarakat perlu mengetahui bahwasanya ada sertifikasi dan labelisasi halal. Sertifikasi diberikan kepada produk tertentu dan tidak dicantumkan pada setiap kemasan produk sedangkan labelisasi halal dicantumkan pada setiap produk yang dijual kepada konsumen.

3. Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur *al-kharara*, *māysir*, *riba*, *al-dararu*, *zulama*, dan maksiat.

- a. Larangan *al-kharara* adalah setiap transaksi yang tidak jelas atau bahkan mengandung unsur penipuan secara sengaja. Ketidakjelasan mungkin terjadi pada harganya, jenis atau spesifikasi barang yang diperjual belikan, ukuran atau takarannya, ketidakjelasan

hasilnya, ketidakjelasan atau ketidakpastian serah terima barang yang diperjualbelikan, tidak jelas atas efek apa yang akan muncul dari transaksi tersebut. Ketidakjelasan ini mengandung unsur *khatara* (bahaya/resiko) bagi sebagian atau seluruh pihak yaitu ketidakjelasan atau penipuan mengacu pada hadits point d yaitu Rasul melarang jual beli dengan sistem melempar batu dan jual beli gharar.

b. Larangan *māysir* yang mengacu kepada (QS. 5:90) *māysir* atau perjudian adalah segala bentuk transaksi yang mengandung unsur untung-untungan atau taruhan yang ketika akad itu terjadi hasil yang akan diperolehnya belum jelas, dalam transaksi tersebut akan ada sebagian pihak yang diuntungkan dan sebagian pihak yang dirugikan.

c. Larangan unsur riba mengacu (QS. 2:275) Secara umum riba dapat kita kelompokkan menjadi dua macam yaitu riba nasi'ah dan riba fadl. Riba nasi'ah artinya penundaan yaitu riba yang terjadi dalam suatu transaksi karena adanya unsur penundaan, baik yang terjadi dalam jual beli maupun dalam transaksi hutang piutang. Riba nasi-ah merupakan jenis riba yang populer pada jaman jahiliyah, contoh riba nasi'ah yang populer adalah riba yang terdapat dalam *qarada* (hutang piutang) yaitu seseorang memberikan qardl

kepada pihak lain sejumlah uang dalam tempo yang disepakati dan pihak orang yang berhutang harus membayar pada waktu yang disepakati dengan sejumlah tambahan tertentu sesuai dengan waktu yang disepakati pula. Riba inilah yang diharamkan oleh Al-Quran, riba ini pada dasarnya terjadi pada akad *qarada* akan tetapi dia juga bisa terjadi dalam akad jual beli seperti orang yang menjual/menukar emas dengan emas tetapi satunya diserahkan saat akad dan satu lagi diserahkan 3 bulan setelah akad.

Sedangkan riba fadl artinya kelebihan yaitu riba yang terjadi dalam suatu transaksi pertukaran atau jual beli, di mana penjual dan pembeli melakukan akad jual beli antara barang yang sama (sejenis) tetapi terdapat perbedaan kuantitas. Riba fadl adalah jenis riba yang diharamkan melalui hadits nabi, contohnya yaitu apabila seseorang menukar gandum dengan gandum tetapi tidak sama ukurannya hanya saja dalam hal ini terdapat perbedaan apakah riba fadl berlaku pada jenis harta tertentu yang disebutkan dalam hadits juga berlaku pada jenis harta lain yang dapat dikiaskan dengan yang disebutkan dalam hadits, jika dilakukan qiyas apa yang menjadi *'illat* atau standar dalam melakukan qiyas. Hadist yang dimaksud dalam hal ini adalah:

قَالَ أَبُو بَكْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ لَا تَبِيعُوا

الذَّهَبَ بِالذَّهَبِ إِلَّا سَوَاءً بِسَوَاءٍ وَالْفِضَّةَ بِالْفِضَّةِ إِلَّا سَوَاءً بِسَوَاءٍ وَبِيعُوا

الذَّهَبَ بِالْفِضَّةِ وَالْفِضَّةَ بِالذَّهَبِ كَيْفَ شِئْتُمْ

“Dari Abu Bakrah ra berkata: Rasulullah saw bersabda, Janganlah kamu jual mas dengan mas kecuali sama ukurannya, dan janganlah (kamu jual) perak dengan perak kecuali sama ukurannya, dan juallah emas dengan perak atau perak dengan emas sesuai kehendakmu” (HR Bukhari).

d. Larangan *zulama* mengacu pada (QS. 2:279).

e. Larangan unsur *al-dararu* (yang membahayakan) mengacu pada hadits poin b yaitu sabda rasul: Tidak boleh membahayakan diri sendiri maupun orang lain.

f. Larangan maksiat mengacu kepada kaidah umum dalam Islam yang sudah sangat jelas.

Kajian tentang *riba*, *māysir* dan *al-kharara* telah penulis lakukan dalam tulisan tersendiri. Dalam industri MLM kemungkinan adanya unsur *riba* dan *māysir* terletak pada sistem pembagian bonus atau marketing plan bukan terletak pada produknya, hal ini tidak mudah bagi masyarakat untuk mengetahui apakah marketing plan MLM tersebut mengandung unsur *riba* dan *māysir* atau tidak, sedangkan unsur *al-kharara* (ketidakjelasan atau

penipuan) bisa terdapat dalam produk maupun marketing plan.

4. Tidak ada kenaikan harga/biaya yang berlebihan (*excessive mark-up*) sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas/manfaat yang diperoleh.

Dalam bab Jual beli ada istilah *khiyār gībā*, *gībā* adalah ketidaksesuaian antara harga dengan barang. *Khiyār gībā* adalah hak untuk melakukan *cancellation* dalam jual beli yang terjadi karena harga yang ditentukan oleh penjual tidak sesuai dengan harga pasar (harga umum), *khiyār* ini dibenarkan dengan catatan penjual dan atau pembeli tidak mengetahui harga pasar serta tidak mahir melakukan proses tawar menawar, *gībā* adalah salah satu bentuk penipuan.

Dengan demikian larangan *excessive mark-up* bagi industri MLM sebenarnya masih merupakan hal yang bersifat relative mengenai tingkat kemahalannya dan masih bersifat khilafiyah dalam kedudukan hukum namun nampaknya DSN MUI mencantumkan syarat ini dalam fatwanya dengan mengikuti pendapat imam Ahmad dan Malik, barangkali ini akan menjadi positif karena lebih kepada membela kepentingan masyarakat konsumen agar perusahaan tidak mengambil keuntungan yang berlebihan sehingga dapat merugikan

konsumen, hal ini juga untuk mengendalikan agar perusahaan tidak melakukan praktek *money game* dengan produk-produk yang bersifat *kamuflyase* (menyamarkan) seakan-akan menjual suatu produk tetapi produk itu sebenarnya hanya menjadi alat agar seakan-akan ada produk riilnya.

5. Komisi yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota baik besaran maupun bentuknya harus berdasarkan pada prestasi kerja nyata yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang atau produk jasa dan harus menjadi pendapatan utama mitra usaha dalam penjualan langsung berjenjang syariah (PLBS). Upah adalah sesuai dengan jerih payah atau usaha untuk meneliti apakah sebuah MLM menerapkan point persyaratan ini atau tidaknya, kita dapat melihat dari marketing plan atau sistem pembagian bonus yang berlaku pada perusahaan tersebut diantara indikatornya adalah apakah anggota yang mendaftar belakangan berpeluang mendapatkan bonus yang lebih besar dibanding anggota yang mendaftar lebih duluan, apakah downline bisa melebihi *upline* jika jawabannya adalah ya maka kemungkinan besar MLM tersebut menerapkan konsep upah sesuai dengan jerih payah namun jika jawabannya adalah tidak maka kemungkinan besar MLM tersebut tidak sesuai dengan point persyaratan ini.

Dengan persyaratan ini maka setiap member kapanpun dia mendaftar akan memiliki peluang untuk sukses dan berpeluang mendapatkan bonus besar karena bonus akan diberikan sesuai dengan usaha yang dilakukan oleh member tersebut. Indikator lain berlaku atau tidaknya point ini adalah MLM tersebut tidak hanya menitik beratkan pada perekrutan member baru, tetapi sangat peduli terhadap pembinaan member yang ada serta menekankan pada penjualan produk karena dengan kewajiban membina *downline* serta kewajiban menjual mereka harus bekerja secara kontinu, berbeda halnya jika mereka mendapatkan bonus yang besar hanya dengan merekrut maka perekrutan bisa dilakukan dengan janji-janji yang mungkin sulit untuk dipenuhi.

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.

Persyaratan ini mengacu kepada ketentuan umum tentang akad khususnya yang berkaitan dengan MLM seperti akad *ijarah* atau *al-ju'alah*, hanya saja dalam prakteknya banyak orang yang tidak memahami sistem pembagian bonus dalam perusahaan MLM yang dimasukkan didalamnya ini bukan berarti tidak jelas sebenarnya besaran bonusnya jelas seperti yang tertera

dalam marketing plan tetapi banyak orang yang tidak mau repot, hal ini seperti yang terjadi dalam akad bank syariah dalam pengamatan sederhana yang dilakukan banyak penabung di bank syariah yang tidak mengetahui akad apa yang dipakainya, syarat dan ketentuan apa yang berlaku di bank mereka hanya membubuhkan tanda tangan tanpa membaca.

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

Passive income atau komisi pasif seringkali menjadi hal yang diidam-idamkan oleh setiap pelaku MLM apalagi *money game* yang berkedok MLM banyak dari pelaku MLM yang menjanjikan *passif income*, hal ini menjadi kritik point bagi pelaku MLM syariah adanya *passive income* pada satu member biasanya (mau tidak mau) mengharuskan adanya kerja keras daripada pihak yang lainnya agar target penjualan dan keuntungan perusahaan tetap tercapai sehingga dapat membagikan bonus kepada para anggotanya, jika *passive income* ini terjadi maka dugaan kuat yang terjadi dalam rantai MLM tersebut adalah ketidakadilan anggota, ada yang bekerja keras namun mendapatkan bonus yang minimal dan disisi lain akan ada member yang tidak melakukan kegiatan usaha apapun tetapi memperoleh bonus yang

sangat besar karena mereka telah berada pada posisi tertentu.

MLM syariah mengharuskan setiap member/pelaku untuk selalu bekerja secara kontinu sampai kapanpun pada peringkat tertinggi dalam keanggotannya meskipun jenis pekerjaan mungkin berbeda. Dalam MLM ada beberapa jenis pekerjaan seperti memprospek atau mencari calon anggota baru, presentasi kepada calon anggota baru, merekrut, memfollow up member baru, menjual produk, membimbing *downline*, memberikan training dan pelatihan, mengontrol jaringan dan bisa jadi ada yang hanya berperan mirip sebagai konsultan. MLM yang tidak menerapkan sistem *passive income* biasanya selalu ada kewajiban tutup point yakni kewajiban menjual produk bagi setiap member dalam jumlah tertentu setiap bulannya hanya saja bagi masyarakat awam kewajiban tutup point ini justru menjadi hal yang dianggap tidak menarik bagi perusahaan MLM, tetapi ini persyaratan yang harus dipenuhi oleh MLM syariah logikanya adalah jika setiap member tidak ingin menjual produk atau member bisa mendapatkan bonus tanpa harus menjual dari mana perusahaan akan mendapatkan keuntungan dan membagikan bonus kepada member dengan kata lain MLM syariah biasanya selalu ada kewajiban tutup point

atau kewajiban melakukan pembinaan agar tidak terjadi *passive income*.

8. Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan *al-igrā'*. *Al-igrā'* adalah memberikan iming-iming atau janji-janji manis yang berlebih-lebihan. Ketentuan DSN MUI dalam fatwa ini menurut penulis sebenarnya lebih merupakan panggilan atau kontrol moral, didalam dunia tasauf ada istilah *huba al-dunyā* atau *ṭaula al-'amal* (cinta dunia atau banyak berangan-angan) dua sifat ini merupakan ahlak yg tidak baik karena akan membuat seseorang terlena dengan kehidupan dunia dan lalai terhadap kehidupan akhiratnya.

Sebenarnya *al-igrā'* dalam batas tertentu bisa jadi merupakan hal yang positif karena dengan adanya *al-igrā'* iming-iming atau insentif yang dijanjikan, seseorang akan termotifasi untuk melakukan suatu pekerjaan atau untuk bekerja lebih keras tanpa ada motivasi maka manusia akan cenderung bermalasan, hanya saja motivasi itu tidak boleh berlebihan. Ini menjadi PR bagi para pelaku MLM bagaimana agar motivasi yang diberikan kepada membeinya dilakukan secara wajar tidak berlebih-lebihan, sebenarnya tindakan berlebih-lebihan itu terlarang dalam apa saja seperti dalam ibadah shalat dan shaumpun jika

dilakukan secara berlebihan juga dilarang misalnya shalat sunnah 1000 rakaat setiap malam dan shaum sepanjang tahun tanpa istirahat, jadi pengertian berlebihan dalam memberikan iming-iming ini bersifat universal tidak hanya dalam industri MLM dan masih bersifat *relative – normative*.

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

Mengukur ada atau tidak adanya eksploitasi dalam pembagian bonus MLM merupakan hal yang tidak mudah, standar kualitatif ini belum ada tetapi untuk bisa dipahami secara mudah khususnya bagi akademisi yang pada umumnya belum melirik kepada industri MLM secara umum ada atau tidaknya eksploitasi dapat diketahui dari marketing plannya. Sebagai salah satu tolak ukurnya adalah jika marketing plannya memberikan peluang kepada setiap member yang mendaftar lebih dulu pasti mendapatkan bonus yang lebih besar maka ini adalah salah satu bentuk *eksploitasi* yang dilarang, kemungkinan besarnya MLM tersebut tidak dapat memenuhi fatwa ini sehingga belum dapat dikategorikan sebagai industri MLM Syariah.

MLM yang tidak melakukan eksploitasi antar anggota akan memberikan peluang yang sama kepada setiap

member dan akan memberikan bonus sesuai hasil kerjanya tidak peduli apakah dia bergabung lebih dahulu ataukah bergabung belakangan dan semua member berpeluang untuk menjadi besar.

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 lain-lain, ini adalah point/persyaratan ke sepuluh dalam fatwa DSN MUI mengenai MLM Syariah. Kebanyakan MLM sering mengadakan berbagai pertemuan/event mulai dari presentasi peluang usaha, pemberian penghargaan, training dan pembinaan anggota, ulang tahun, touring sebagai insentif dan lain-lain. Kegiatan ini sebenarnya tidak terkait secara khusus dengan dunia MLM dan tidak terkait langsung dengan akad-akad yang ada dalam kegiatan bisnis MLM artinya perusahaan apapun konvensional ataupun MLM akan dihadapkan pada kemungkinan untuk melakukan acara-acara seremonial seperti ulang tahun perusahaan, gathering, pesta, penghargaan kepada karyawan teladan atau bahkan ketika perusahaan mendapatkan prestasi tertentu.

Kegiatan-kegiatan ini juga tidak selamanya menjadi kewajiban setiap member. Seorang member bisa saja

merekrut banyak anggota dan menjual produk sebanyak mungkin tanpa harus menghadiri acara tersebut, meskipun ini jarang terjadi maka point persyaratan ke-10 ini sebenarnya tidak hanya berlaku bagi industri MLM tetapi berlaku setiap perusahaan dan bahkan bagi usaha perorangan, point ini juga berlaku untuk berbagai kegiatan dalam dunia pendidikan, social, politik dan lain-lain.

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

Dalam suatu hadits rasul bersabda :

حَدَّثَنَا عَبْدُ اللَّهِ بْنُ مَسْلَمَةَ عَنْ مَالِكٍ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ دِينَارٍ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ أَلَا كُفُّكُمْ رَاعٍ وَكُلُّكُمْ مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ فَالْأَمِيرُ الَّذِي عَلَى النَّاسِ رَاعٍ عَلَيْهِمْ وَهُوَ مَسْئُولٌ عَنْهُمْ وَالرَّجُلُ رَاعٍ عَلَى أَهْلِ بَيْتِهِ وَهُوَ مَسْئُولٌ عَنْهُمْ وَالْمَرْأَةُ رَاعِيَةٌ عَلَى بَيْتِ بَعْلِهَا وَوَلَدِهِ وَهِيَ مَسْئُولَةٌ عَنْهُمْ وَالْعَبْدُ رَاعٍ عَلَى مَالِ سَيِّدِهِ وَهُوَ مَسْئُولٌ عَنْهُ فَكُلُّكُمْ رَاعٍ وَكُلُّكُمْ مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ.

“Ibnu umar r.a berkata : saya telah mendengar rasulullah saw bersabda : setiap orang adalah pemimpin dan akan diminta pertanggungjawaban atas kepemimpinannya, seorang kepala negara akan diminta pertanggungjawaban perihal rakyat yang dipimpinya, seorang suami akan ditanya perihal

keluarga yang dipimpinnya, seorang isteri yang memelihara rumah tangga suaminya akan ditanya perihal tanggungjawab dan tugasnya bahkan seorang pembantu/pekerja rumah tangga yang bertugas memelihara barang milik majikannya juga akan ditanya dari hal yang dipimpinnya. Dan kamu sekalian pemimpin dan akan ditanya (diminta pertanggung jawaban) dari hal-hal yang dipimpinnya” (bukhari, muslim).

Hadits ini nampaknya terlewatkan dalam fatwa tersebut karena ini merupakan hadits yang dapat dijadikan pedoman atas point persyaratan ke-11 dalam fatwa ini namun tidak dicantumkan dalam pertimbangan atau tidak menjadi dalil yang dijadikan landasan tertulis dalam fatwa tersebut. Dimasukkannya persyaratan ini dalam fatwa tersebut merupakan hal yang positif meskipun boleh jadi ajaran ini merupakan hal yang bersifat general-universal dalam semua hal seperti yang tersebut dalam hadits, dalam prakteknya memang banyak *money game* yang berkedok MLM mereka hanya mengutamakan perekrutan anggota baru kemudian para anggota itu dibiarkan begitu saja. Hal ini antara lain dikarenakan perusahaan hanya memerlukan uang iuran pendaftaran dari setiap member yang bergabung, perusahaan mungkin tidak menjual produk riil sehingga

tidak perlu pembinaan, perusahaan yang demikian ini mungkin bahkan memang berencana untuk tidak hidup dalam masa yang panjang sehingga tidak perlu pembinaan.

Seorang *upline* tidak tertarik untuk membina downlinenya karena perusahaan tidak mementingkan penjualan produk atau bahkan menafikan hal tersebut dengan penjelasan ini maka salah satu industri MLM syariah adalah bagaimana para member yang menjadi anggota lebih dulu memberikan kepedulian dan bimbingan yang maksimal kepada member yang masuk belakangan, hal ini akan menjadi sangat positif jika pembinaan yang dilakukan oleh mereka mendapatkan dukungan yang sepenuhnya dari pihak perusahaan.

12. Tidak melakukan kegiatan *money game*.

Seringkali ditemukan kerancuan istilah antara MLM atau pemasaran berjenjang dengan permainan uang (*money game*). *Money Game* adalah perjudian murni yang tidak ada produk apapun dalam bentuk barang ataupun jasa, *money game* selalu mengacu kepada skema ponzi atau sistem piramida namun lebih bahayanya ditemukan *money game* ini terkadang menggunakan baju agama dengan istilah ibadah atau sedekah. *Money game* dengan baju ibadah adalah seperti

pelacur yang berkata bahwa dirinya melacurkan diri demi untuk menafkahi keluarganya.

Dalam fatwa ini *money game* didefinisikan sebagai kegiatan penghimpunan dana masyarakat atau penggandaan uang dengan praktik 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 *kamuflase* atau tidak mempunyai mutu/kualitas yang dapat dipertanggung jawabkan.

2.5. Marketing Plan

Bisnis network marketing adalah memasarkan produk dengan mempergunakan banyak penjual, dimana setiap penjual hanya perlu menjual sedikit (MLM Leaders, 2007:150). Sejalan dengan hal tersebut, maka setiap usaha network marketing memiliki sistem yang mengatur penjualan dan pembagian hasil penjualan yang sering diistilahkan dengan *business plan* atau *marketing plan*.

Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 32/M-DAG/PER/8/2008 tentang penyelenggaraan kegiatan usaha perdagangan dengan sistem penjualan langsung, *marketing plan* adalah program perusahaan dalam memasarkan barang atau jasa yang akan dilaksanakan dan dikembangkan oleh mitra usaha melalui jaringan pemasaran dengan bentuk pemasaran satu tingkat

atau pemasaran multi tingkat. Sedangkan MLM leaders mendefinisikan *marketing plan* sebagai rancangan sistem pembagian pendapatan dari perusahaan network marketing kepada distributornya yang meliputi keuntungan, penghargaan, prosedur dan persentase yang akan dibagikan kepada para distributor.

Banyak hal yang perlu diperhatikan terkait dengan *marketing plan* atau *business plan*. Dalam marketing plan yang ideal dan sesuai dengan syariat Islam, sistem mengenai pembagian komisi maupun bonus harus disusun dengan memperhatikan prinsip keadilan dan kesejahteraan, yang mana sistem tersebut memberikan kesempatan kepada para distributornya untuk memperoleh pendapatan seoptimal mungkin sesuai kemampuannya melalui penjualan dan pengembangan jaringan mereka.

2.6. Kesejahteraan

Dalam istilah umum, kesejahteraan menunjuk keadaan yang baik, kondisi manusianya dalam keadaan makmur, sehat dan damai. Kesejahteraan dapat diukur dari segi kesehatan, keadaan ekonomi, kebahagiaan dan kualitas hidup rakyat. Kesejahteraan ini diwujudkan agar warga negara tersebut dapat hidup layak dan mampu mengembangkan diri, sehingga dapat melaksanakan fungsi sosialnya dengan baik (Widyastuti, 2012).

Pembangunan ekonomi dikatakan berhasil jika tingkat kesejahteraan masyarakat semakin baik. Keberhasilan pembangunan ekonomi tanpa menyertakan peningkatan kesejahteraan masyarakat akan mengakibatkan kesenjangan dan

ketimpangan dalam kehidupan masyarakat. Kesejahteraan masyarakat adalah suatu kondisi yang memperlihatkan tentang keadaan kehidupan masyarakat yang dapat dilihat dari standar kehidupan masyarakat (Badrudin, 2012).

Kesejahteraan masyarakat adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan dasar yang tercermin dari rumah yang layak, tercukupinya kebutuhan sandang dan pangan, biaya pendidikan dan kesehatan yang murah dan berkualitas atau kondisi dimana setiap individu mampu memaksimalkan utilitasnya pada tingkat batas anggaran tertentu dan kondisi dimana tercukupinya kebutuhan jasmani dan rohani (Hukom, 2016).

Kesejahteraan sosial dan ekonomi merupakan aspek penting dalam menjaga dan membina tercipta dan terpeliharanya stabilitas sosial dan ekonomi. Hingga saat ini, banyak ditemukan teori-teori yang membahas mengenai definisi kesejahteraan tersebut. Kesejahteraan hidup realitasnya memiliki banyak indikator keberhasilan yang dapat diukur, sehingga banyak cara dan pendekatan yang digunakan saat ini dalam mengukur tingkat kesejahteraan masyarakat (Sugiarto, 2007).

Ekonomi Islam menggambarkan secara jelas bagaimana eratnya hubungan antara syariat Islam dengan kemaslahatan. Ekonomi Islam yang merupakan salah satu bagian dari syariat Islam, tentu mempunyai tujuan yang tidak lepas dari tujuan utama syariat Islam. Tujuan utama ekonomi Islam adalah merealisasikan tujuan manusia untuk mencapai kebahagiaan dunia akhirat (*falah*),

serta kehidupan yang baik dan terhormat (*al-hayahal-thayyibah*). Ini merupakan definisi kesejahteraan dalam pandangan Islam, yang tentu saja berbeda secara mendasar dengan kesejahteraan dalam ekonomi konvensional yang sekuler dan materialistik (Sodiq, 2015).

2.7. Penelitian yang Relevan

Sebagai dasar dalam penelitian ini, peneliti melihat beberapa penelitian yang mempunyai kesamaan atau relevan sesuai dengan judul penelitian yang di ambil beberapa karya ilmiah yang terkait. Meskipun ruang lingkup hampir sama, tetapi karena beberapa variabel, objek, periode waktu yang digunakandan penentuan sampel berbeda maka terdapat banyak hal yang tidak sama, sehingga dapat dijadikan sebagai referensi untuk saling melengkapi. Berikut beberapa ringkasan dari penelitian literatur sebelumnya yang dapat mendukung penulisan ini:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Sri Widihastuti (2011) tentang “Modal sosial dalam strategi MLM (*Multi Level Marketing*) Tianshi Di Yogyakarta”. Berbeda dengan peneliti yang akan dilakukan oleh penulis yaitu analisis peranan dan penjualan produk MLM syariah dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat (Toko Shad Network cabang Aceh Besar). Dalam penyusunan skripsi tersebut, Sri Widihastuti menggunakan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan alasan peneliti selama

mengambilan sampel dalam penelitian menggunakan pertimbangan tertentu dengan cara memilih orang-orang yang bergabung dalam Tianshi karena mereka paham dengan MLM Tianshi tersebut sehingga peneliti dapat mencari data dengan mudah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode observasi dan wawancara dalam pengambilan data. Adapun hasil penelitian dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui modal social yang terdapat dalam MLM Tianshi dan mengetahui modal social dalam strategi MLM Tianshi di Yogyakarta.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Putri Reztu Angreni J (2016) tentang “Tinjauan hukum Islam terhadap bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) Pada PT. K-Link Indonesia Cabang Makassar”. Dari sini dapat penulis lihat bahwasannya ada perbedaan antara peneliti sebelumnya dengan penelitian yang penulis lakukan. Perbedaan tersebut terletak pada objek dan subjek yang dituju. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan dipaparkan secara deskriptif, pengumpulan data dalam penelitian ini berupa wawancara (interview), pengamatan (observation) dan studi dokumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pandangan hukum Islam terhadap bisnis *Multi Level Marketing* adalah boleh dilakukan karena termasuk dalam kategori muamalah yang

hukum asalnya mubah (boleh) sampai ada dalil yang melarangnya, namun apabila dalam sistem bisnis MLM tersebut ditemukan hal-hal yang mengandung hukum yang dilarang dalam Islam maka bisnis MLM tersebut tidak boleh dilakukan. Pelaksanaan bisnis Multi Level Marketing pada PT. K-Link Indonesia cabang Makassar telah memenuhi ketentuan Fatwa MUI No. 75/VII/2009 dan menerapkan akad-akad dalam penjualan langsung berjenjang syariah.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Amin (2016) tentang “Strategi pemasaran MLM (*Multi Level Marketing*) Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada PT. Natural Nusantara Cabang Purwokerto)”. Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*), dengan jenis penelitian kualitatif dan metode analisis deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran MLM pada PT. Natural Nusantara cabang Purwokerto sesuai dengan ekonomi Islam karena jika dilihat dari sistem MLM pada PT. Natural Nusantara cabang Purwokerto tidak terdapat sistem *money game* atau permainan uang yang hanya menguntungkan anggota yang sudah berada di atas dan dilarang oleh ekonomi Islam karena hanya memutarakan uang tanpa adanya suatu produk yang dijual.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Sarah Mutiarani (2017) tentang “Bisnis Multi Level Marketing Oriflame menurut tinjauan hukum Islam”. Metode penelitian yang digunakan merupakan penelitian menggunakan data-data kepustakaan memanfaatkan buku-buku, hasil penelitian, dan internet digunakan untuk menelaah hal-hal yang berkenaan dengan bisnis Multi Level Marketing. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mekanisme sistem kerja Bisnis MLM (Multi Level Marketing) Oriflame pada umumnya adalah menjual, mengajak dan mengajarkan, membangun organisasi, serta membina dan memotivasi. Pandangan hukum Islam terhadap bisnis Multi Level Marketing (MLM) Oriflame adalah boleh dilakukan karena termasuk dalam kategori muamalah yang hukum asalnya adalah mubah (boleh) sampai ada dalil yang melarangnya.
5. Penelitian yang dilakukan oleh Kiki Yuliana (2017) tentang “Operasionalisasi Multi Level Marketing Oriflame di Ponorogo dalam tinjauan fatwa DSN MUI”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan penelitian lapangan dan juga menggunakan metode induktif, dengan pengumpulan data melalui cara wawancara, observasi dan dokumentasi semua itu dilakukan untuk memperoleh data yang benar-benar akurat. Hasil penelitian ini menunjukkan pelaksanaan akad penjualan langsung berjenjang syariah (PLBS) MLM

oriflame di Ponorogo berlaku akad *bā'i murābahah* antara perusahaan oriflame dengan anggota oriflame, berlaku akad *wakalah bil ajara* antara perusahaan oriflame dengan anggota oriflame untuk menjualkan produk oriflame dan mengajak orang untuk bergabung akan mendapatkan upah dalam waktu satu bulan.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Syahiedah Asma Amaniya (2016) tentang “Penerapan Nilai Keadilan Dalam Sistem Bagi Hasil Pada Perusahaan Mlm Pt Inovasi Quantum Di Yogyakarta”. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi/pengamatan, wawancara dan dokumentasi. Pada penelitian ini penyajian data hasil penelitian dilakukan dengan metode deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada pelaksanaan akad maupun pelaksanaan bagi hasil pada PT IQ telah diterapkan aspek keadilan sedikit demi sedikit dengan cukup baik dengan beberapa kebijakan yang tidak memihak dan berdasar pada pertimbangan pemenuhan hak serta pertimbangan regulasi pemerintah mengenai penjualan langsung.

Tabel 2.1

Hasil Penelitian Sebelumnya

No	Penulis	Judul Penelitian	Model Analisis	Kesimpulan
1	Sri Widihast	Modal sosial dalam	Penelitian ini merupakan	Dari hasil penelitian

No	Penulis	Judul Penelitian	Model Analisis	Kesimpulan
	uti (2011) skripsi	strategi MLM (<i>Multi Level Marketing</i>) Tianshi di Yogyakarta	penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode observasi dan wawancara dalam pengambilan data.	menunjukkan bahwa MLM (Multi Level Marketing) Tianshi sebagaimana suatu lembaga memiliki modal sosial yaitu kepercayaan , jaringan dan norma. Modal sosial dalam strategi MLM (Multi Level Marketing)

No	Penulis	Judul Penelitian	Model Analisis	Kesimpulan
				<p>Tianshi adalah kepercayaan yang dilakukan dengan cara melakukan presentasi dan memakai produk, jaringan yang dilakukan dengan melakukan prospecting dan norma yang harus dipatuhi distributor meliputi norma tidak</p>

No	Penulis	Judul Penelitian	Model Analisis	Kesimpulan
				tertulis yaitu kepribadian, pengetahuan dan norma tertulis.
2	Putri Reztu Angreini J (2010) skripsi	Tinjauan hukum Islam terhadap bisnis bisnis <i>Multi Level Marketing</i> (MLM) Pada PT. L-Link Indonesia cabang Makassar	Metode yang digunakan data penelitian yang diperoleh dan dianalisis dengan cara kualitatif dan dipaparkan secara deskriptif.	Hasil penelitian yang diperoleh oleh penulis, antara lain: (1) Pandangan hukum Islam terhadap bisnis Multi Level Marketing adalah boleh dilakukan

No	Penulis	Judul Penelitian	Model Analisis	Kesimpulan
				<p>karena termasuk dalam kategori muamalah yang hukum asalnya mubah (boleh) sampai ada dalil yang melarangnya.</p> <p>a. Namun, apabila dalam sistem bisnis MLM tersebut ditemukan hal-hal yang mengandung unsur yang</p>

No	Penulis	Judul Penelitian	Model Analisis	Kesimpulan
				<p>dilarang dalam Islam, maka bisnis MLM tersebut tidak boleh dilakukan.</p> <p>(2) Pelaksanaan bisnis Multi Level Marketing pada PT. K-Link Indonesia cabang Makassar telah memenuhi ketentuan Fatwa MUI No. 75/VII/2009</p>

No	Penulis	Judul Penelitian	Model Analisis	Kesimpulan
				dan menerapkan akad-akad dalam penjualan langsung berjenjang syariah.
3	Muhammad Amin (2016) skripsi	Strategi pemasaran MLM (Multi Level Marketing) perspektif ekonomi Islam (Studi kasus pada PT. Natural Nusantara cabang Purwokerto)	Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (field research), dengan jenis penelitian kualitatif dan metode analisis deskriptif kualitatif.	Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan PT. Natural Nusantara cabang Purwokerto tidak

No	Penulis	Judul Penelitian	Model Analisis	Kesimpulan
				<p>terdapat sistem money game atau permainan uang yang hanya menguntungkan anggota yang berada di atas dan dilarang oleh ekonomi Islam karena hanya memutarakan uang tanpa adanya produk yang dijual. Komitmen</p>

No	Penulis	Judul Penelitian	Model Analisis	Kesimpulan
				<p>perniagaan (jual beli) dalam PT. Natural Nusantara cabang Purwokerto berdasarkan azas tolong menolong dalam kebajikan dan taqwa menjadi falsafah dalam gerakan pemasaran produk (sudah mendapat ijin dari BPOM dan</p>

No	Penulis	Judul Penelitian	Model Analisis	Kesimpulan
				sertifikasi halal dari MUI).
4	Sarah Mutiarani (2017) Skripsi	Bisnis Multi Level Marketing Oriflame menurut tinjauan hukum Islam	Penelitian ini menggunakan metode penelitian diskriptif kualitatif.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa mekanisme sistem kerja Bisnis MLM (Multi Level Marketing) Oriflame pada umumnya adalah menjual, mengajak dan mengajarkan,

No	Penulis	Judul Penelitian	Model Analisis	Kesimpulan
				<p>membangun organisasi, serta membina dan memotivasi. Pandangan hukum Islam terhadap bisnis MLM (Multi Level Marketing) Oriflame adalah boleh dilakukan karena termasuk dalam kategori muamalah</p>

No	Penulis	Judul Penelitian	Model Analisis	Kesimpulan
				yang hukum asalnya mubah (boleh) sampai ada dalil yang melarangnya.
5	Kiki Yuliana (2017) skripsi	Operasionalisasi Multi Level Marketing Oriflame di Ponorogo dalam tinjauan fatwa DSN MUI	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian lapangan dan juga menggunakan metode induktif.	Hasil dari penelitian ini yang pertama ialah adanya akad ba'i Murabahah, wakalah bil ujarah dan ijarah telah sesuai dengan kajian fiqh sedangkan ju'alah pada

No	Penulis	Judul Penelitian	Model Analisis	Kesimpulan
				<p>Penjualan Langsung Berjenjang Syariah MLM Oriflame di Ponorogo masih belum sepenuhnya sesuai dengan fatwa DSN MUI karena pada akad Ju'alah dalam melakukan sesuatu yang di kerjakannya tidak ada batasan</p>

No	Penulis	Judul Penelitian	Model Analisis	Kesimpulan
				<p>waktunya sedang di Oriflame ada batasan waktunya. Kedua mengenai sistem bonus di MLM Oriflame di Ponorogo telah sesuai dengan fatwa DSN MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syarah</p>

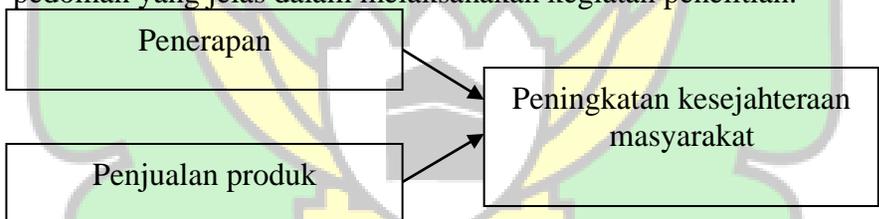
No	Penulis	Judul Penelitian	Model Analisis	Kesimpulan
				(PLBS).
6	Syahiedah Asma Amaniya (2016) skripsi	Penerapan Nilai Keadilan Dalam Sistem Bagi Hasil Pada Perusahaan Mlm Pt Inovasi Quantum Di Yogyakarta	Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi/pengamatan, wawancara dan dokumentasi.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada pelaksanaan akad maupun pelaksanaan bagi hasil pada PT IQ telah diterapkan aspek keadilan sedikit demi sedikit dengan cukup baik dengan beberapa kebijakan

No	Penulis	Judul Penelitian	Model Analisis	Kesimpulan
				<p>yang tidak memihak dan berdasar pada pertimbangan pemenuhan hak serta pertimbangan regulasi pemerintah mengenai penjualan langsung. Namun masih ada beberapa unsur pada pelaksanaan akad dan penerapan bagi hasil</p>

No	Penulis	Judul Penelitian	Model Analisis	Kesimpulan
				yang kurang jika dipandang dari nilai keadilan Islam.

2.8. Kerangka Berpikir

Berikut kerangka berpikir yang penulis buat sebagai pedoman yang jelas dalam melaksanakan kegiatan penelitian:



Gambar 2.2
Skema kerangka berpikir

Berdasarkan skema diatas bahwa penerapan dan penjualan produk berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat di PT. Shad Global Indonesia/Shad Network cabang Aceh Besar.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif. Metode penelitian kualitatif yaitu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari generalisasi.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini adalah bersifat lapangan (*field research*) adapun lokasi penelitian ini dilakukan di Toko Shad Network cabang Aceh Besar yang terletak di Jl. Soekarno-Hatta Lamreung Kecamatan Darul Imarah Kabupaten Aceh Besar.

3.3 Sumber Data

Dalam penelitian ini digunakan dua metode pengambilan data, yaitu data primer dan data sekunder.

- a. Data primer data yang diperoleh dengan survei lapangan yang menggunakan metode pengumpulan data original, data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari responden melalui wawancara dengan menggunakan kuisioner, wawancara oleh peneliti sendiri kepada mitra niaga aktif yang terdaftar di Toko Shad Network cabang Aceh Besar

- b. Data sekunder ialah data yang dilakukan dengan cara membaca literatur kepustakaan, internet, media cetak, dokumen terkait yang ada hubungannya dengan penelitian yang dilakukan, data ini digunakan oleh penulis sebagai data pelengkap dari data primer.

3.4 Penentuan Populasi Dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi merupakan subjek penelitian. Sugiyono (2010:117) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekadar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota yang terdaftar di Toko Shad Network yang berjumlah 65 orang.

3.4.2 Sampel

Sampel penelitian adalah sebagian populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi. Sampel adalah bagian atau jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel untuk kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 30 mitra aktif yang berjenis kelamin laki-laki dan perempuan. Teknik sampling adalah teknik

pengambilan sampel untuk menenukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian.

Terdapat berbagai teknik pengambilan sampling yang digunakan dalam penelitian. (Sugiyono, 2016:77).

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non-Probability Sampling*. *Non-Probability Sampling* adalah teknik sampling secara tidak acak dan tidak memberikan peluang yang sama terhadap populasi. Adapun teknik *Non-Probability Sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel dengan tidak memberi kesempatan yang sama kepada seluruh anggota populasi serta menetapkan tujuan tertentu pada sampelnya. Karakteristik subyek serta menetapkan tujuan tertentu pada sampelnya. Karakteristik subyek yang ditetapkan sebagai kriteria populasi adalah mitra aktif yang terdaftar di Toko Shad Network cabang Aceh Besar..

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Observasi

Observasi adalah pengumpulan data dengan jalan mengamati dan mencatat secara teratur sistematis terhadap objek yang diselidiki baik secara langsung maupun secara tidak langsung dengan jangka waktu tertentu. Teknik observasi yang digunakan adalah pengamatan tersamar dan bersifat non-partisipan (Sugiyono, 2016).

Dengan observasi peneliti dapat melihat langsung keadaan kesejahteraan masyarakat yang bermitra pada Toko Shad Network cabang Aceh Besar.

3.5.2 Wawancara

Wawancara yaitu teknik yang digunakan untuk memperoleh data melalui percakapan langsung dengan informan yang berkaitan dengan masalah penelitian, dengan menggunakan pedoman wawancara. Peneliti bertanya langsung kepada informan yang dipilih, yaitu pihak yang berkompeten yang dianggap mampu memberikan gambaran dan informasi yang digunakan untuk menjawab permasalahan yang ada dalam penelitian ini (Sugiyono, 2013). Wawancara dalam penelitian ini dilakukan secara langsung dengan mitra niaga aktif yang terdaftar di Toko Shad Network cabang Aceh Besar.

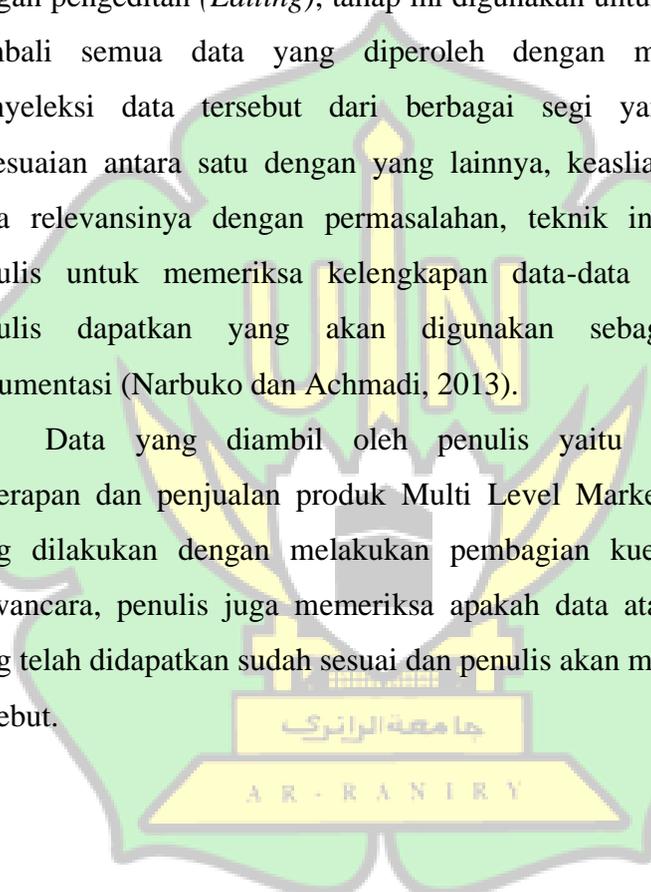
3.5.3 Kuesioner

Sugiyono (2008:199) mengatakan bahwa kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Metode ini dipergunakan untuk mendapatkan data dan menggali data tentang sesuatu yang berkaitan dengan judul penelitian. Kuesioner dalam penelitian ini dilakukan dengan 30 anggota aktif yang terdaftar di Toko Shad Network cabang Aceh Besar.

3.6 Teknik Pengolahan Data

Setelah berbagai data terkumpul, maka tahap berikutnya yaitu pengolahan data untuk mendapatkan data yang lebih akurat, adapun tahapan yang digunakan dalam pengolahan data adalah dengan pengeditan (*Editing*), tahap ini digunakan untuk memeriksa kembali semua data yang diperoleh dengan memilih dan menyeleksi data tersebut dari berbagai segi yang meliputi kesesuaian antara satu dengan yang lainnya, keaslian, kejelasan serta relevansinya dengan permasalahan, teknik ini digunakan penulis untuk memeriksa kelengkapan data-data yang sudah penulis dapatkan yang akan digunakan sebagai sumber dokumentasi (Narbuko dan Achmadi, 2013).

Data yang diambil oleh penulis yaitu pemanfaatan penerapan dan penjualan produk Multi Level Marketing syariah yang dilakukan dengan melakukan pembagian kuesioner serta wawancara, penulis juga memeriksa apakah data atau informasi yang telah didapatkan sudah sesuai dan penulis akan mengolah data tersebut.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum MLM Syariah Shad Network Cabang Aceh Besar

4.1.1. Sejarah Singkat MLM Syariah Shad Network Cabang Aceh Besar

MLM syariah pertama di Indonesia bahkan di dunia adalah Shad Network. Shad Network adalah perusahaan yang memasarkan produk-produk syari'ah yang diawasi oleh Dewan syari'ah, dengankonsep MLM. Shad Network didirikan pada tanggal 1 Januari 1996 di Masjid Al Ittihad Tebet Jakarta Selatan, oleh beberapa pemuda muslim yakni H. Muhammad Hidayat, H. Ateng Kusnadi, H. Abdul Halim dan H. Danny Ramdhani merintis usaha ini dengan pendekatan syariah, usahaini dirancang sebagai bisnis silaturahmi dengan jaringan (*net*) umat muslim yang berwawasan luas.

Cara kerja perusahaan ini sebenarnya tak jauh berbeda dengan MLM pada umumnya yakni dengan melakukan pemasaran produk-produk tertentu dengan sistem berjenjang artinya setiap mitra/distributor memperoleh manfaat dengan mengembangkan jaringan (*net*) seluas-luasnya untuk memperoleh pendapatan yang dihitung berdasarkan keaktifan jaringannya. Semua penghargaan pada anggota diberikan berdasarkan kemampuan anggota memperluas jaringan dan besarnya nilai penjualan tiap bulan.

Pada akhir tahun 2014 di Aceh Besar telah dibuka mitrasalur Shad Network MNAD002 yang beralamat di jalan Soekarno Hatta, Lamreung Kec.Darul Imarah, Aceh Besar, untuk mendekatkan mitra dan konsumen dalam memperoleh produk Shad Network dikarenakan jumlah mitra yang makin meningkat sehingga memudahkan mitra dalam memperoleh produk untuk kebutuhan sehari-hari dan melayani kebutuhan pelanggan.

4.1.2. Visi, Misi dan Tujuan MLM Syariah Shad Network

a. Visi

- Menjadi lembaga yang mampu memberdayakan umat sedunia menuju kesuksesan, kebahagiaan dan kesejahteraan bersama.

b. Misi

- Mengembangkan dan mensinergikan segenap potensi dan kekuatan produktif untuk kesejahteraan bersama.
- Mencerdaskan serta menyediakan sarana dan prasarana masyarakat untuk berperan aktif dalam perekonomian bangsa.
- Mendorong, membina dan memfasilitasi lahirnya entrepreneur-entrepreneur di sektor produksi dan distribusi produk halalan-thayyiban.
- Membangun kemandirian dan kesejahteraan berlandaskan spiritualitas dan moralitas sesuai tuntutan Al-Quran dan As-Sunnah.

- Membangun masyarakat yang memiliki paradigma, nilai dan akhlak yang baik dalam seluruh aspek kehidupan.
- c. Tujuan
- Sebuah lembaga syariah yang bergerak di bidang sektor rill sebagai wadah untuk meningkatkan ekonomi umat.

4.1.3. Produk MLM Syariah Shad Network Cabang Aceh Besar

Untuk memenuhi kebutuhan mitra dan calon mitra, sesuai dengan perkembangan dan kemampuan perusahaan, MLM syariah Shad Network terus berupaya meningkatkan kualitas dan jenis produk/layanannya sehingga dapat menciptakan tingkat kepuasan untuk semua pihak. Hingga saat ini toko Shad Network cabang Aceh Besar telah memiliki total produk :

a. Produk Makanan dan Minuman Kesehatan

Makanan dan minuman kesehatan yang tersedia di mitrasalur Shad Network cabang Aceh Besar terdiri dari 13 item antara lain :

- 1) Madu salsabil murni, 120 gr
- 2) Master coffe herbal plus
- 3) Madu salsabil royal jelly, 390 gr
- 4) Teh hijau istimewa cap pucuk
- 5) Salam fit multivitamin
- 6) Mitra sari alang-alang
- 7) Mitra sari temulawak

- 8) Mitra sari temumangga
- 9) Kecap zaitun manis
- 10) Kecap zaitun manis sedang
- 11) Teh celup hilba
- 12) Teh konsentea
- 13) Salsabil sari kurma ginseng

Produk makanan dan minuman kesehatan yang terbuat dari bahan baku yang halal dan thayyib sangat bermanfaat untuk menjaga daya tahan tubuh agar tetap sehat dan mencegah dari berbagai penyakit.

b. Produk Perawatan Tubuh dan Gigi

Perawatan tubuh dan gigi yang tersedia di mitrasalur Shad Network cabang Aceh Besar terdiri dari 6 item :

- 1) Balqis sabun susu jasmine
- 2) Balqis sabun susu lemon
- 3) Balqis sabun susu mangir
- 4) Raihan pasta gigi herbal 4 tube
- 5) Raihan pasta gigi herbal 1 tube
- 6) Zahra facial wash

Perawatan tubuh dan gigi yang terbuat dari bahan alami tanpa zat kimia yang halal dan thayyib sehingga aman digunakan untuk segala usia.

c. Produk Herbal SHAD Ekstrak

Herbal SHAD ekstrak yang tersedia di mitrasalur Shad Network cabang Aceh Besar terdiri dari 13 item :

- 1) SHAD Nigella plus
- 2) SHAD Hilba plus
- 3) SHAD Endiabet
- 4) SHAD Prodet
- 5) SHAD Tosliming
- 6) SHAD Asratik
- 7) SHAD Tensikol
- 8) SHAD Mindatop
- 9) SHAD Linnisa
- 10) SHAD Shipon
- 11) SHAD Zedaca
- 12) SHAD Imun
- 13) SHAD Uliver

Produk SHAD herbal ekstrak yang terbuat dari ekstrak tumbuh-tumbuhan alami yang bahan bakunya diperoleh dari petani-petani muslim Indonesia yang halal dan thayyib sangat bermanfaat untuk kesehatan dan pengobatan berbagai penyakit.

4.2. Strategi Pemasaran MLM Syariah Shad Network

MLM syariah Shad Network memiliki strategi pemasaran dalam memasarkan/mengenalkan produknya ke masyarakat.

Adapun beberapa strategi pemasaran yang diterapkan oleh pihak MLM syariah Shad Network dalam memasarkan produknya agar dapat meningkatkan keunggulan kompetitif menggunakan bauran pemasaran 4P (Product, Place, Promotion, Price).

4.2.1. Strategi Pemasaran MLM Syariah Shad Network Berdasarkan Produk

Strategi pemasaran produk yang diterapkan oleh MLM syariah Shad Network adalah sebagai berikut :

a. Produk Herbal SHAD Ekstrak

MLM syariah Shad Network memiliki produk unggulan dan yang paling diminati oleh konsumen yaitu produk herbal SHAD ekstrak, dimana produk tersebut memiliki 13 jenis produk yang bermanfaat bagi kesehatan, produk herbal yang paling diminati konsumen adalah SHAD nigella, SHAD hilba dan SHAD zedaca diantaranya sudah terbukti berdasarkan testimoni para konsumen bahwa salah satu produk herbal yang dipasarkan oleh perusahaan Shad Network dapat membantu memblokir, menonaktifkan pertumbuhan, dan meluruhkan sel kanker, kista serta mengurangi dampak negatif dari kemoterapi.

b. Produk Makanan dan Minuman Kesehatan

MLM syariah Shad Network memiliki produk makanan dan minuman kesehatan sebanyak 13 jenis produk, produk makanan dan minuman kesehatan yang paling diminati konsumen adalah teh hijau istimewa cap pucuk, madu salsabil dan sari kurma diantaranya sudah terbukti berdasarkan testimoni para konsumen bahwa salah satu produk makanan dan minuman kesehatan yang dipasarkan oleh perusahaan Shad Network dapat membantu

menurunkan kadar kolesterol, meluruhkan lemak, menstabilkan tekanan darah serta mencegah penyempitan pembuluh darah.

c. Produk Perawatan Tubuh dan Gigi

MLM syariah Shad Network memiliki produk perawatan tubuh dan gigi sebanyak 6 jenis produk, produk perawatan tubuh dan gigi yang paling diminati konsumen adalah pasta gigi raihan herbal, sabun susu jasmin dan zahra facial wash diantaranya sudah terbukti berdasarkan testimoni para konsumen bahwa salah satu produk perawatan tubuh dan gigi yang dipasarkan oleh perusahaan Shad Network dapat membantu melindungi kesehatan gigi, gusi, mencegah bau mulut serta mempertahankan kesegaran, sedangkan untuk produk perawatan tubuh dapat melindungi agar terhindar dari dehidrasi, kusam dan terbakar akibat sengatan sinar matahari.

4.2.2. Strategi Pemasaran MLM Syariah Shad Network Berdasarkan Tempat

Jika ditinjau berdasarkan tempat MLM syariah Shad Network, strategi pemasaran yang diterapkan oleh MLM syariah Shad Network sudah cukup baik dimana perusahaan ini telah membuka banyak cabang sebanyak 29 mitra salur di seluruh Indonesia. Salah satu cabang tempat pemasaran yang dilakukan oleh MLM syariah Shad Network yaitu di Aceh Besar, tepatnya di

Lamreung Kec. Darul Imarah, Aceh Besar bertujuan untuk memberikan kemudahan semaksimal mungkin kepada konsumen/mitra untuk memperoleh segala jenis produk baik produk dalam kelompok makanan dan minuman kesehatan, perawatan tubuh dan gigi serta obat herbal ekstrak.

4.2.3. Strategi Pemasaran MLM Syariah Shad Network Berdasarkan Promosi

Promosi yang dilakukan oleh MLM syariah Shad Network adalah dengan penjualan pribadi (*personal selling*). Promosi ini dilakukan oleh mitra yang telah bergabung dengan cara menawarkan produk-produk yang terdapat pada MLM syariah Shad Network dengan menjelaskan manfaat dan keuntungan yang akan diperoleh calon konsumen apabila menjadi mitra serta memanfaatkan produk-produk yang terdapat pada MLM syariah Shad Network.

Tidak hanya itu MLM syariah Shad Network juga memberikan website replika dan kalender yang diberikan khusus untuk mitra yang telah bergabung guna mendapatkan informasi produk apa saja yang dimiliki oleh MLM syariah Shad Network. Hingga saat ini promosi yang dilakukan oleh MLM syariah Shad Network juga dilakukan di sosial media seperti : Facebook, Instagram, dan lain sebagainya. Adapun kegiatan promosi lainnya yaitu dengan memberikan brosur, setelah mengenalkan produknya kepada masyarakat, MLM syariah Shad Network juga memberikan brosur yang berisi informasi mengenai produk-produk

yang memiliki manfaat tinggi yang terdapat di MLM syariah Shad Network.

4.2.4. Strategi Pemasaran MLM Syariah Shad Network Berdasarkan Harga

Setiap MLM perlu memikirkan tentang penetapan harga atau biaya pada produknya secara tepat, karena biaya yang tidak tepat akan berakibat tidak menarik para konsumen untuk menggunakan produk itu.

Hal ini tidak berarti pula bahwa pihak MLM harus menetapkan harga serendah mungkin. Oleh karena itu, penentuan harga atau biaya haruslah dipikirkan matang-matang. Untuk itu strategi pemasaran berdasarkan harga yang dilakukan oleh MLM syariah Shad Network menurut ibu Nur Azizah selaku pemegang mitra salur MLM syariah Shad Network cabang Aceh Besar dengan harga tetap dan terjangkau yang di tetapkan oleh MLM syariah Shad Network pusat sehingga konsumen mendapatkan langsung dengan distributor.

4.3. Marketing Plan dan Pembagian bonus

Kebijakan tentang pendapatan dan pembagian bonus untuk para distributor, di dalam MLM diistilahkan sebagai marketing plan. Marketing plan (MLM Leaders, 2007:195) merupakan rancangan sistem pembagian pendapatan dari perusahaan multi level marketing kepada distributornya yang meliputi keuntungan, penghargaan, prosedur dan persentase yang akan dibagikan kepada para distributor. Ibarat urat nadi, marketing plan dalam sebuah

perusahaan MLM merupakan hal yang paling krusial, yang menentukan apakah pihak-pihak yang terlibat menerima hak sesuai dengan kewajibannya, juga apakah keadilan telah diterapkan dalam pelaksanaannya sehingga tidak ada yang merasa dirugikan apalagi didzalimi.

Cap yang melekat bahwa MLM tidak adil bisa jadi disebabkan karena ulah bisnis money game yang mengatasnamakan MLM padahal bukan, bisa juga disebabkan oleh MLM murni dan bukan money game tetapi memiliki aturan pembagian hasil penjualan (*marketing plan*) yang kurang adil atau bahkan sama sekali tidak adil yang hanya menguntungkan pihak tertentu saja. Banyaknya distributor yang berada pada suatu MLM menunjukkan bahwa ada banyak orang yang menggantungkan hidupnya pada bisnis tersebut. Sehingga, kebijakan mengenai aturan pembagian keuntungan yang merugikan distributor tidak hanya akan mendzalimi satu atau dua orang saja tetapi banyak orang. Olehnya itupengaturan pembagian keuntungan penjualan dalam hal ini *marketing plan* haruslah memiliki porsi yang tidak merugikan pihak manapun, baik distributor maupun perusahaan.

Untuk melakukan penelitian terhadap penerapan dan penjualan produk MLM Syariah guna melihat nilai peningkatan kesejahteraan distributor/mitra dalam pelaksanaan sistem bagi hasil (bonus) PT Shad Network, peneliti mencari data dan informasi yang terkait, diantaranya *marketing plan* dari objek penelitian, melakukan pengamatan terkait objek penelitian, serta

melakukan wawancara terhadap beberapa pihak baik distributor maupun manajemen PT Shad Network.

4.3.1. Tingkatan/Perjenjangan dan Pembagian Bonus Distributor Shad Network

Seseorang yang menjadi member di PT Shad Network akan memiliki tiga motif mengapa ingin menjadi member, yakni ingin membeli produk dengan harga member yang lebih murah, ingin mendapat keuntungan langsung (retail profit) dari selisih harga member dengan harga konsumen, dan tertarik ingin membangun bisnis dan karir di PT Shad Network. Apabila ingin membangun bisnis dan karir di PT Shad Network, terdapat 8 tingkatan peringkat di dalamnya. Peringkat paling bawah yakni Pemula sedangkan peringkat paling atas adalah Adhi Wira Kencana.

Pada Shad Network, peringkat yang tinggi tidak menjamin penerimaan pembagian *marketing plan* yang besar pula. Bonus yang diterima tiap distributor terutama tergantung dari kewajiban pribadi tiap bulan dan kinerja standarnya yang diukur dari omzet jaringannya. Adapun peringkat juga salah satu faktor yang mempengaruhi tetapi bukan yang utama. Hal tersebut ditunjukkan dengan beberapa distributor yang memiliki peringkat bawah menerima bonus lebih banyak dari distributor peringkat di atasnya.

Bila dilihat dari MLM terdahulu yakni semakin tinggi peringkat maka syarat dan kewajibannya semakin ringan. Adapun di PT Shad Network semakin tinggi peringkat seorang distributor, maka kewajibannya semakin

berat. Hal tersebut lebih adil sebab apabila peringkat bawah memiliki syarat yang lebih berat daripada peringkat atasnya maka hal itu kurang adil. Member yang baru mendaftar, yakni peringkat pemula, persyaratan peringkatnya diperhitungkan dari akumulasi point pribadinya. Itu artinya, meskipun ia sudah mensponsori orang lain hal tersebut tidak mempengaruhi penerimaan bonus dan kenaikan peringkatnya. Distributor harus menunjukkan prestasinya sendiri diawal karir.

Bagi hasil dari penjualan PT Shad Network dituangkan ke dalam sebuah kebijakan *marketing plan*. Dimana persentase dan pembagiannya berbeda-beda berdasarkan peringkat, kinerja standar, dan prestasi masing-masing distributor. Kebijakan *marketing plan* PT Shad Network mengatur bahwa seluruh distributor memperoleh keuntungan langsung (*retail profit*) dari penjualan pribadi sebesar 10% dari harga konsumen produk yang dijual oleh distributor. Selain itu distributor juga memperoleh bagian bonus yang ada di *marketing plan* sesuai dengan kualifikasi tiap-tiap bonus.

Distributor PT Shad Network tidak dianjurkan untuk melakukan penjualan sebanyak- banyaknya, apalagi melakukannya sendirian. Akan tetapi di lakukan secara bersama-sama dan berjama'ah serta setiap distributor dianjurkan membangun bisnis jaringannya masing-masing. Hal tersebut akan terduplikasi untuk setiap distributor dan setiap bulan distributor akan memperoleh pendapatan berupa insentif Syariah yaitu jenis hadiah (pendapatan)

bulanan yang bersifat seperti volume diskon, potongan harga yang di berikan sesuai dengan omset/volume penjualan pribadi dan jaringan. Nilai lebih dari insentif Syariah di Shad Network, adalah omset penjualan yang di perhitungkan tidak hanya dari penjualan pribadi, melainkan penjualan seluruh jaringan.

4.4. Karakteristik Responden

Pada sub bab ini akan dibahas karakteristik responden yang meliputi:

4.4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

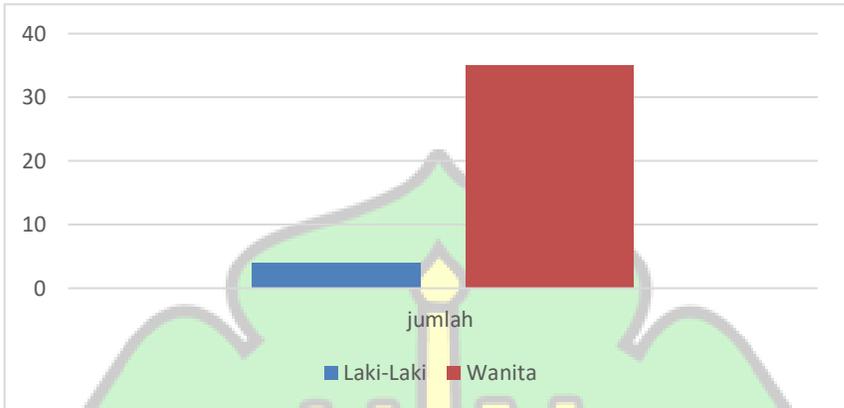
Dalam penelitian ini responden yang di ambil yaitu mitra aktif yang bergabung dalam MLM syariah Shad Network cabang Aceh Besar. Adapun responden berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Laki-Laki	4
2	Perempuan	26

Berdasarkan tabel 4.1 diatas dapat diketahui bahwa responden perempuan lebih banyak dibandingkan laki-laki. Karena perempuan lebih banyak tertarik dengan sistem MLM

dibandingkan laki-laki. Gambaran responden berdasarkan jenis kelamin ditampilkan pada diagram 4.1 sebagai berikut :



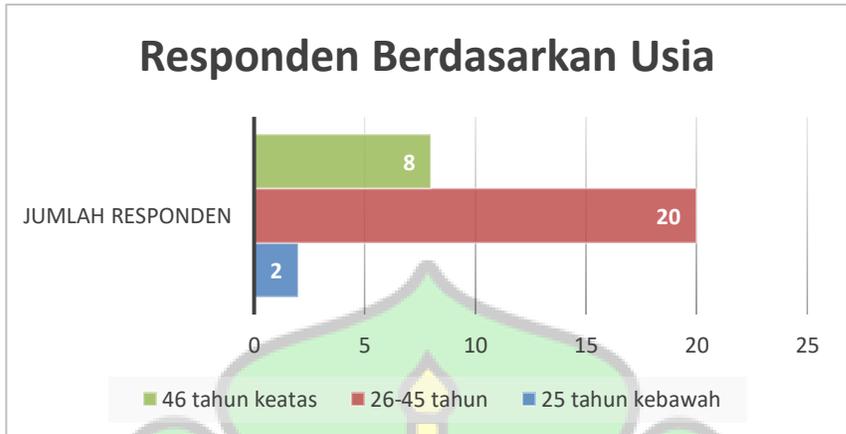
Sumber: Diolah, 2019

Gambar 1.2 - Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan grafik jenis kelamin responden di atas, sebanyak 30 responden telah mengisi kuesioner berdasarkan kriteria jenis kelamin, mayoritas responden berjenis kelamin perempuan lebih banyak dibandingkan dengan laki-laki. Responden jenis kelamin laki-laki sebanyak 4 orang (13%) dari 30 responden, sedangkan responden jenis kelamin perempuan sebanyak 26 orang (87%) dari 30 responden.

4.4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia menjadi suatu hal penting dalam memberikan informasi dalam suatu wawancara, karena apabila usia sudah tidak produktif maka informasi yang akan dihasilkan akan makin sedikit. Sehingga salah satu tolak ukur dalam memberikan informasi yaitu usia responden. Adapun gambaran umum responden sebagai berikut.



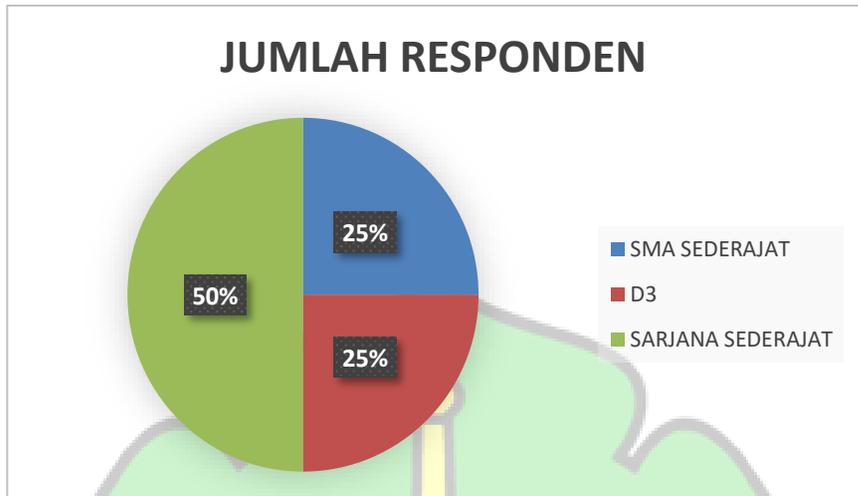
Sumber: Diolah, 2019

Gambar 1.3 - Usia Responden

Berdasarkan gambar grafik kategori usia responden di atas, sebanyak 30 responden telah mengisi kuesioner yang telah peneliti sebarikan, berdasarkan kriteria Usia, bahwa jumlah responden dengan di bawah 25 tahun sebanyak 2 responden atau 7%, kemudian usia antara 26-45 tahun yaitu sebanyak 20 responden atau 67%, dan terakhir usia diatas 46 tahun sebanyak 8 responden atau 26%.

4.4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Kriteria pendidikan menjadi hal yang penting bagi responden agar dalam pengambilan keputusan untuk bergabung menjadi mitra MLM syariah Shad Network penuh kesadaran serta pengetahuan tanpa paksaan. Karakteristik pendidikan terakhir responden sebagai berikut ini :



Sumber: Diolah, 2019

Gambar 1.4 - Pendidikan Responden

Dari gambar grafik diatas dapat di lihat bahwa jumlah responden dengan pendidikan terakhir SMA sederajat adalah sebanyak 9 responden (25%), kemudian responden dengan jenjang pendidikan terakhir D3 sebanyak 9 responden (25%), kemudian terakhir yang pendidikan terakhir dengan jenjang Sarjana sederajat yaitu sebanyak 12 orang responden (50%) menduduki jumlah terbanyak dari jumlah keseluruhan responden.

4.5. Pembahasan

4.5.1. Analisis penerapan dan penjualan produk terhadap pendapatan masyarakat

Berdasarkan hasil wawancara menurut Ibu Nur Azizah selaku mitra salur (stokis) yang di percayakan oleh perusahaan PT Shad Network sebagai mitra salur produk cabang Aceh Besar beliau menjelaskan bahwa sistem penerapan sesuatu kebijakan

yang di atur oleh perusahaan Shad Network sangat mudah dan sederhana serta berlandaskan dengan aturan Dewan Syariah Nasional Majelis Permusyawaratan Ulama (DSN-MUI) hingga diawasi dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) dan berlaku adil kepada setiap mitra dalam pemberian insentif bulanan, mitra yang bergabung di awal belum tentu akan memperoleh pendapatan yang tinggi di bandingkan dengan mitra yang bergabung sesudahnya, bahkan bisa saja mitra yang baru saja bergabung mendapat pendapatan insentif bulanan yang jauh lebih banyak di bandingkan mitra lama, semua itu tergantung dari hasil kerja, proses dan tekun dari tiap-tiap mitra, sistem syariah yang diatur di dalam bisnis Shad Network inipun diantaranya yaitu bisnis syariah yang di lakukan dengan secara berjama'ah tidak fokus untuk mengembangkan jaringannya sendiri.

Dalam praktek sehari-hari mitra Shad Network melakukan sistem pemasaran berjenjang dengan memanfaatkan pelanggan sebagai jaringan distribusi dan memberikan kesempatan kepada konsumen atau pelanggan untuk terlibat sebagai penjual serta mendapat keuntungan pada garis kemitraan atau disebut mitra niaga. Mitra niaga selanjutnya ikut mengajak orang lain untuk menjadi anggota sehingga jaringan pelanggan atau pasar semakin besar atau luas, keberhasilan mitra niaga mengajak dan menambah anggota akan meningkatkan omset perusahaan sehingga memberikan keuntungan, berdasarkan hal tersebut perusahaan memberikan keuntungan kepada mitra niaga dalam bentuk insentif

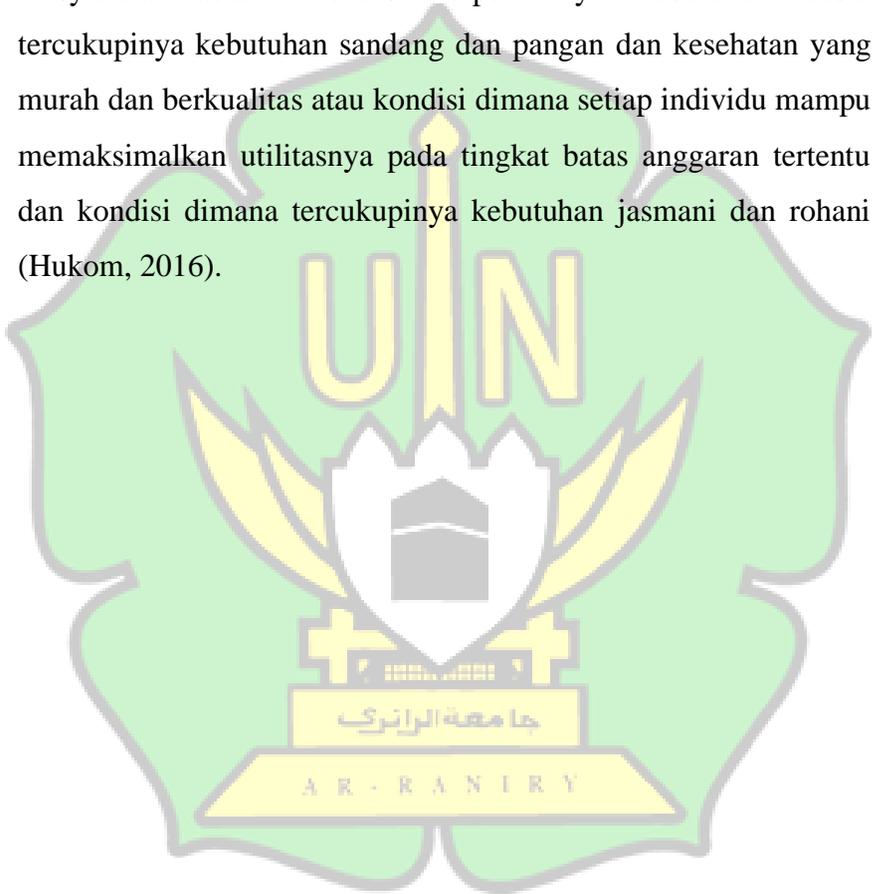
bulanan. Keuntungan dengan adanya pemasaran berjenjang tersebut akan mendekatkan konsumen yang jauh dari mitrasalur Shad Network cabang Aceh Besar untuk memperoleh produk kebutuhan sehari-hari dengan cara mitra Shad Network mendistribusikan produk ke daerah yang jauh jangkauannya.

Adapun berdasarkan hasil jawaban pertanyaan berupa kuesioner dari responden, terkait visi, misi serta penerapan yang di tetapkan oleh perusahaan MLM Syariah PT Shad Network semua responden yang terdiri dari 30 responden menjawab dengan pertanyaan Sangat Setuju, artinya kebijakan penerapan peraturan yang di terapkan oleh perusahaan MLM Syariah PT Shad Network di terima dengan baik oleh para mitra. Selanjutnya hasil jawaban pertanyaan terkait pendapatan responden/mitra setelah bergabung (menjadi mitra) MLM Syariah Shad Network jumlah pendapatan responden/mitra selama sebulan yaitu sebanyak 19 responden mendapat pendapat lebih dari Rp 300.000 (Tiga Ratus Ribu Rupiah) setiap bulannya, 5 responden/mitra mendapat penghasilan antara Rp 100.000-Rp 300.000 (Seratus Ribu Rupiah hingga Tiga Ratus Ribu Rupiah) pendapatan insentif perbulan serta terakhir hanya 6 responden yang mendapat pendapatan kurang dari Rp 100.000 (Seratus Ribu Rupiah) artinya banyak dari para mitra memperoleh pendapatan Insentif Bulanan yang di berikan oleh perusahaan Shad Network lebih dari Rp 300.000 perbulan, bahkan pendapatan lebih ini bisa mencapai Rp 1.000.000 dalam bulannya.

4.5.2. Analisis pendapatan mitra MLM syariah Shad Network terhadap kesejahteraan

Kesejahteraan menunjuk keadaan yang baik, kondisi manusianya dalam keadaan makmur, sehat dan damai. Kesejahteraan dapat diukur dari segi kesehatan, keadaan ekonomi, kebahagiaan dan kualitas hidup rakyat. Kesejahteraan ini diwujudkan agar masyarakat tersebut dapat hidup layak dan mampu mengembangkan diri, sehingga dapat melaksanakan fungsi sosialnya dengan baik (Widyastuti, 2012). Berdasarkan hasil jawaban pertanyaan berupa kuesioner dari responden, terkait penghasilan dari MLM Syariah Shad Network dalam mencukupi kebutuhan keluarga, sebanyak 2 responden menjawab sangat mencukupi, 25 responden menjawab mencukupi, dan 3 responden menjawab tidak mencukupi artinya pendapatan mitra yang berasal dari MLM Syariah Shad Network selama ini berdasarkan jawaban yang terbanyak dari responden adalah dapat mencukupi kebutuhan keluarga. Dan berdasarkan hasil jawaban pertanyaan berupa kuesioner dari responden, terkait dengan adanya MLM Syariah Shad Network para mitra dapat membantu mengatasi masalah keluarga, sebanyak 8 responden menjawab sangat membantu, 21 responden menjawab membantu, dan hanya 1 responden menjawab tidak membantu artinya adalah dengan adanya MLM Syariah Shad Network ini banyak dari mitra merasa terbantu dalam mengatasi masalah keuangan, dapat di ambil kesimpulan bahwa banyak dari mitra MLM Syariah Shad Network

memperoleh kesejahteraan di sebabkan banyak dari mereka dengan kehadirannya MLM Syariah Shad Nerwork dapat mengatasi masalah keuangan keluarga dan dapat membantu kebutuhan keluarga hal ini berdasarkan teori kesejahteraan masyarakat adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan dasar tercukupinya kebutuhan sandang dan pangan dan kesehatan yang murah dan berkualitas atau kondisi dimana setiap individu mampu memaksimalkan utilitasnya pada tingkat batas anggaran tertentu dan kondisi dimana tercukupinya kebutuhan jasmani dan rohani (Hukom, 2016).



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan kesimpulan dan pembahasan mengenai penerapan dan penjualan produk multi level marketing syariah dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat, maka dapat ditarik kesimpulan antara lain :

1. Sistem penerapan sesuatu kebijakan yang di atur oleh perusahaan Shad Network sangat mudah dan sederhana serta berlandaskan dengan aturan Dewan Syariah Nasional Majelis Permusyawaratan Ulama (DSN-MUI) hingga di awasi dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) dan berlaku adil kepada setiap mitra dalam pemberian insentif bulanan. Mitra Shad Network melakukan sistem pemasaran berjenjang dengan memanfaatkan pelanggan sebagai jaringan distribusi dan memberikan kesempatan kepada konsumen atau pelanggan untuk terlibat sebagai penjual serta mendapat keuntungan pada garis kemitraan atau disebut mitra niaga serta banyak dari para mitra memperoleh pendapatan Insentif Bulanan yang di berikan oleh perusahaan Shad Network lebih dari Rp 300.000 (tiga ratus ribu rupiah) perbulan, bahkan pendapatan lebih ini bisa mencapai Rp 1.000.000 (satu juta rupiah) dalam bulannya.
2. Pendapatan mitra MLM Syariah Shad Network dalam

peningkatan kesejahteraan masyarakat berdasarkan jawaban dari responden/mitra yang telah bergabung yaitu dapat mencukupi kebutuhan keluarga dan dapat membantu dalam mengatasi masalah keuangan keluarga artinya dapat di katakan bahwa mitra MLM Syariah Shad Network Cabang Aceh Besar termasuk dalam kategorisejahterahal ini di karenakan kesejahteraan dapat diukur dari segi kesehatan, keadaan ekonomi, kebahagiaan dan kualitas hidup masyarakat.

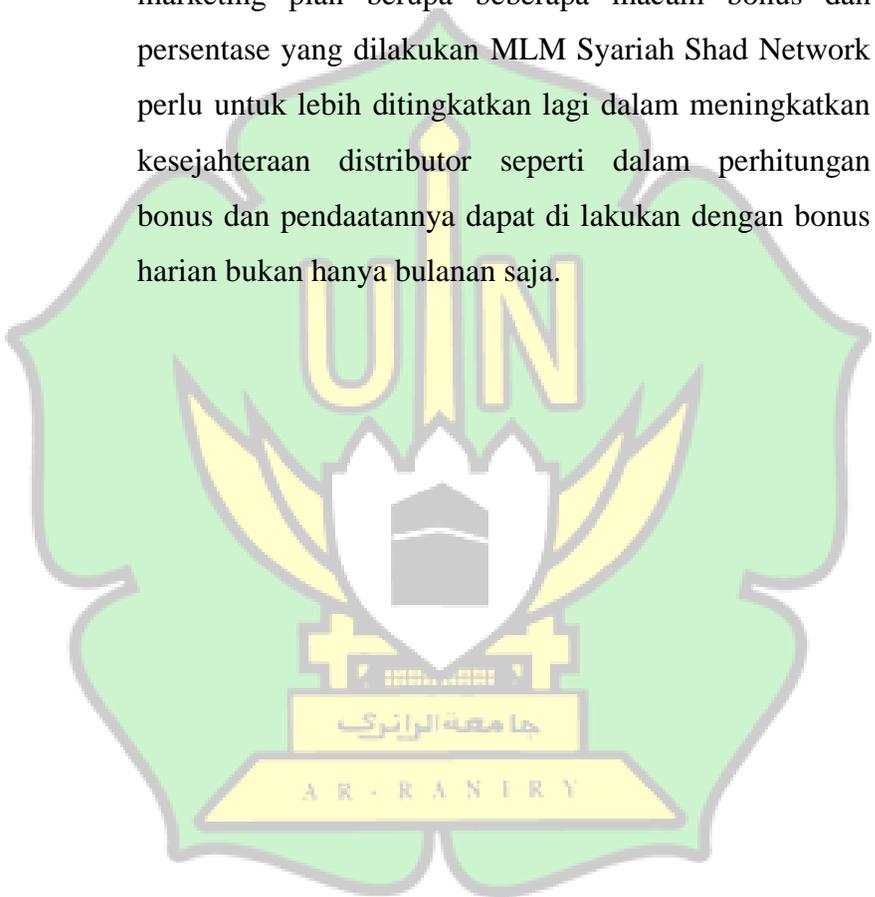
5.2. Saran

Penerapan dan penjualan produk MLM Syariah Shad Network Cabang Aceh Besar memiliki peranan penting untuk membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dari penelitian yang telah penulis lakukan peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat di jadikan pertimbangan pihak perusahaan

- 1.** Distributor perlu untuk memperhatikan kejujuran dalam berjualan kepada konsumen dengan cara tidak berlebihan dalam memuji dan meninggikan produk, melainkan secukupnya saja
- 2.** MLM yang adil selayaknya tidak mengandung unsur keterpaksaan bagi kedua belah pihak. Sehingga selayaknya pula distributor memahami pihak pembeli/calon distributor yang diprospek dan sebisa

mungkin menghindari cara- cara yang bersifat memaksa, melainkan dengan cara yang baik dan menciptakan keridhaan antar pihak.

3. Pembagian hasil penjualan yang tertuang dalam marketing plan berupa beberapa macam bonus dan persentase yang dilakukan MLM Syariah Shad Network perlu untuk lebih ditingkatkan lagi dalam meningkatkan kesejahteraan distributor seperti dalam perhitungan bonus dan pendaatannya dapat di lakukan dengan bonus harian bukan hanya bulanan saja.



DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an.

Abdullah, B dan Saebani BA. (2014). *Metode Penelitian Ekonomi Islam*. Bandung: CV Pustaka Setia.

Achmadi, Abu dan Narbuko Cholid. (2013). *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Bumi Aksara.

Ali, M Hasan. (2004). *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam*. Jakarta: PT Grafindo Persada

Alma, Buchari. (2003). *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islami*. Bandung : Alfabet

Alma, Buchari. (2009). *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta

Amaniya, A.S. (2016). Penerapan Nilai Keadilan Dalam Sistem Bagi Hasil Pada Perusahaan MLM PT Inovasi Quantum Di Yogyakarta. *Skripsi*.

Amin, Muhammad. (2016). Strategi pemasaran MLM (Multi Level Marketing) Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada PT. Natural Nusantara Cabang Purwokerto). *Skripsi*.

Amirullah. (2005). *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: Graha ilmu.

Angreni, Putri Restu. (2016). Tinjauan hukum Islam terhadap bisnis Multi Level Marketing (MLM) Pada PT. K-Link Indonesia Cabang Makassar. *Skripsi*.

Badrudin, R. (2012). *Ekonomika Otonomi Daerah*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

- Castrawijaya, Cecep. (2013). *Etika Bisnis MLM Syariah*. Tangerang Selatan : LPSI
- Fatwa DSN No: 75/DSN MUI/VII (2009). Tentang PLBS (Penjualan Langsung Berjenjang Syariah)
- Handayani, ida. (2015). Sistem Penjualan Langsung Berjenjang Syariah. *Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah*.
- Hukom, A. (2016). *Pengaruh Kinerja Keuangan Daerah, Kinerja Pembangunan Ekonomi dan Perubahan Struktur Ekonomi terhadap Kesejahteraan Masyarakat di Provinsi Kalimantan Tengah*. Kalimantan Tengah.
- Irawati. (2012). Multi Level Marketing (MLM). *Skripsi*.
- Khasanah, Umrotul. 2010. *Sistem Bagi Hasil dalam Syariat Islam*. *Jurnal Syariah dan Hukum*. (Volume I, Nomor 2): 8
- Kiyosaki, Robert T. (2005). *The Cashflow Quadrant: panduan ayah kaya menuju kebebasan finansial*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Umum.
- Kuswara. (2005). *Mengenal MLM Syari'ah: dari halal-haram, kiat berwirausaha, sampai dengan pengelolaannya*. Tangerang: Qultum Media.
- Muhammad, *Aspek Hukum Dalam Muamalat*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Muslich, Ahmad Wardi. (2015). *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Amzah.
- Mutiarani, Sarah. (2017). *Bisnis Multi Level Marketing Oriflame Menurut Tinjauan Hukum Islam*. *Skripsi*

- Qaradhawi, Yusuf. (2007). Halal dan haram. Bandung: Jabal
- Rachmawati, Puspita. (2008). Multi Level Marketing pada perusahaan Tianshi Solo ditinjau dari hukum Islam. *Skripsi*.
- Rozi, Moch. Fachrur. (2005). *Kontroversi Bisnis MLM*. Yogyakarta : Penerbit Pilar Humania
- Santoso, Benny. (2003). *All About MLM: memahami lebih jauh MLM dan pernak perniknya*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Setiawan, Andi. (2017). *Multi Level Marketing (MLM) Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*. Lampung: IAIN Metro.
- Sopian. (2004). *Kontroversi Bisnis Aa Gym: Koreksi untuk pengagum Aa Gym dan Pecinta MLM*. Jakarta: Penerbit Pustaka Medina.
- Sodiq, a. (2015). *Konsep Kesejahteraan Dalam Islam*. *jurnal ekonomi syariah*, 26
- Sugiarto, Eddy. (2007). *Teori Kesejahteraan Sosial Ekonomi dan Pengukurannya*. *Jurnal Eksekutif Volume IV No II*, Agustus 2007
- Sugiyono, D. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Pusat Bahasa Depdiknas.
- Sugiyono, M. P. K. (2013). *Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2010). *Metode penelitian pendidikan. Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Afabeta.
- Syarifuddin, Amir. (2010). *Garis-garis besar fiqih*. Jakarta: Pranada media group
- Whidihastuti, Sri. (2011). Modal sosial dalam strategi MLM (Multi Level Marketing) Tianshi Di Yogyakarta. *Skripsi*.
- Widyastuti, A. (2012). Analisa Hubungan Antara Produktivitas Pekerja dan Tingkat Pendidikan Pekerja Terhadap Kesejahteraan Keluarga di Jawa Tengah Tahun 2009. *Economic Development Analysis Journal*, 1-11.
- Yuliana, Kiki. (2017). Operasionalisasi Multi Level Marketing Oriflame Di Ponogoro Dalam Tinjauan Fatwa DSN MUI. *Skripsi*
- Yusuf, Tarmidzi. (2002). *Strategi MLM Secara Cerdas Dan Halal*. Jakarta: PT Gramedia



LAMPIRAN

Lampiran 1

Transkrip Wawancara Pemilik Mitra Salur Shad Network Cabang Aceh Besar

P : Pewawancara

N : Narasumber

P : Sejak kapan berdirinya Toko MLM syariah Shad Network cabang Aceh Besar?

N : Akhir tahun 2014 didirikannya berdasarkan statistik angka belanja para konsumen sangat banyak peminatnya untuk di Aceh khususnya Aceh Besar sehingga pihak manajemen Shad Network pusat mempercayakan saya untuk menjadi mitra salur di wilayah saya.

P : Apa tujuan dari MLM syariah Shad Network cabang Aceh Besar?

N : Tujuannya sama saja seperti MLM syariah Shad Network pusat, hanya saja didirikannya di Aceh Besar untuk mempermudah para konsumen dalam memperoleh informasi dan mendapatkan produk yang diinginkan.

P : Bagaimana proses perekrutan anggota MLM syariah Shad Network cabang Aceh Besar?

N : Mengisi biodata calon mitra, nama, tempat tanggal lahir, NIK, alamat dan nomor hp dengan adm 40 ribu serta mengisi biodata orang tua dan ahli waris. Perlunya dilampirkan nomor hp agar

mudah di informasikan oleh pihak manajemen Shad Network untuk informasi insentif mitra dan masa berlakunya kemitraan dan data ahli waris apabila mitra meninggal dunia maka kartu akan di alihkan kepada ahli waris.

P : Bagaimana sistem kebijakan dan pencairan pendapatan di MLM syariah Shad Network cabang Aceh Besar?

N : sistem penerapan sesuatu kebijakan yang di atur oleh perusahaan Shad Network sangat mudah dan sederhana serta berlandaskan dengan aturan Dewan Syariah Nasional Majelis Permusyawaratan Ulama (DSN-MUI) hingga di awasi dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) dan berlaku adil kepada setiap mitra dalam pemberian insentif bulanan, mitra yang bergabung di awal belum tentu akan memperoleh pendapatan yang tinggi di bandingkan dengan mitra yang bergabung sesudahnya, bahkan bisa saja mitra yang baru saja bergabung mendapat pendapatan insentif bulanan yang jauh lebih banyak di bandingkan mitra lama, semua itu tergantung dari hasil kerja, proses dan tekun dari tiap-tiap mitra, sistem syariah yang diatur di dalam bisnis Shad Network inipun diantaranya yaitu bisnis syariah yang di lakukan dengan secara berjama'ah tidak fokus untuk mengembangkan jaringannya sendiri.

P : Bagaimana strategi Ibu dalam memasarkan produk MLM syariah Shad Network cabang Aceh Besar?

N : Dengan menjelaskan manfaat dan kelebihan produk serta mencerikatakan testimoni khasiat produk yang telah dirasakan,

kemudian bergabung dengan Shad Network juga mendapat tambahan penghasilan.

P : Apa saja masalah yang dihadapi oleh MLM syariah Shad Network cabang Aceh Besar dalam *ready stock* barang?

N : Masalah yang pernah terjadi karena banyaknya permintaan dan stok di mitra salur terbatas ketika di order stok di kantor pusat mitra salur medan sedang kosong karena belum masuk dari pusat, tetapi sekarang sudah lancar distribusinya.

P : Menurut Ibu apakah dengan pendapatan yang didapatkan dari MLM syariah Shad Network cabang Aceh Besar dapat meningkatkan pendapatan mitra, mengatasi masalah keuangan dan mencukupi kebutuhan keluarga?

N : Dapat, yang pertama apabila menjual produk mendapat rabat (selisih harga mitra dan konsumen), kedua bila mengikuti sistem dengan merekrut mitra dan belanja poin sukses maka kita mendapatkan juga insentif dari perusahaan sesuai peringkat, makin tinggi peringkat maka insentif makin tinggi

P : Baik buk, terima kasih banyak atas waktu luangnya untuk informasi yang ibu berikan, assalamualaikum.

N : Waalaikumsalam, iya sama-sama nak.

Lampiran 2

Kuisisioner Anggota Shad Network

Petunjuk Pengisian

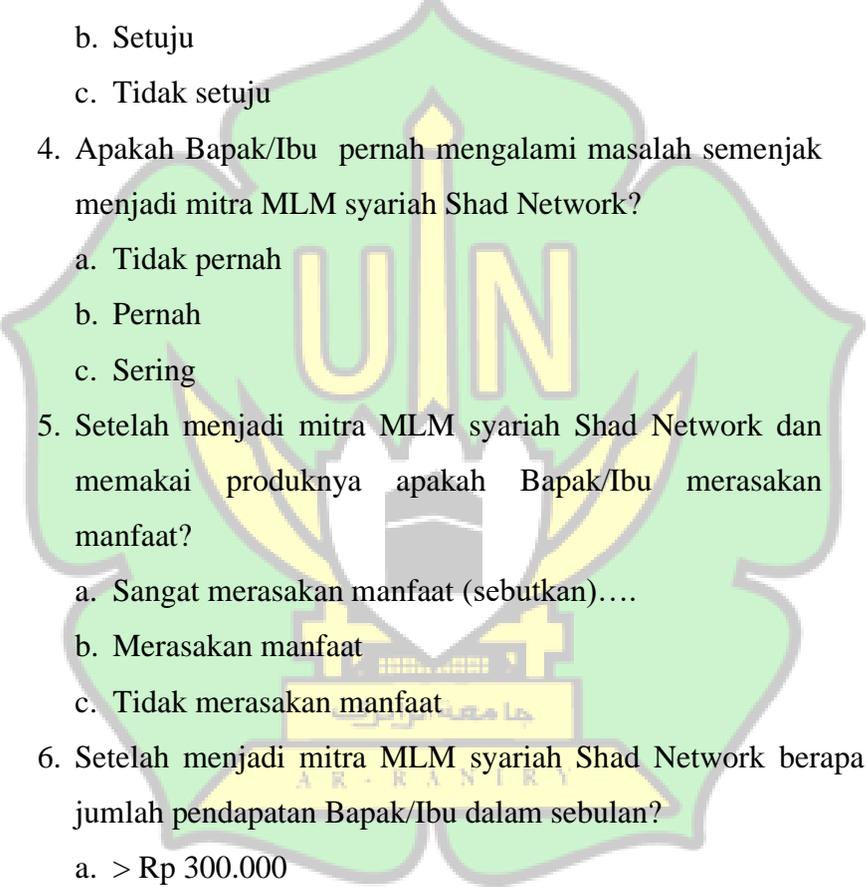
Jawablah pertanyaan dibawah ini dengan kenyataan yang sesungguhnya, setiap responden mempunyai pandangan yang berbeda-beda, dan tidak ada jawaban yang dianggap benar atau salah. Sebelumnya atas kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan informasi, peneliti mengucapkan terimakasih.

Identitas Responden

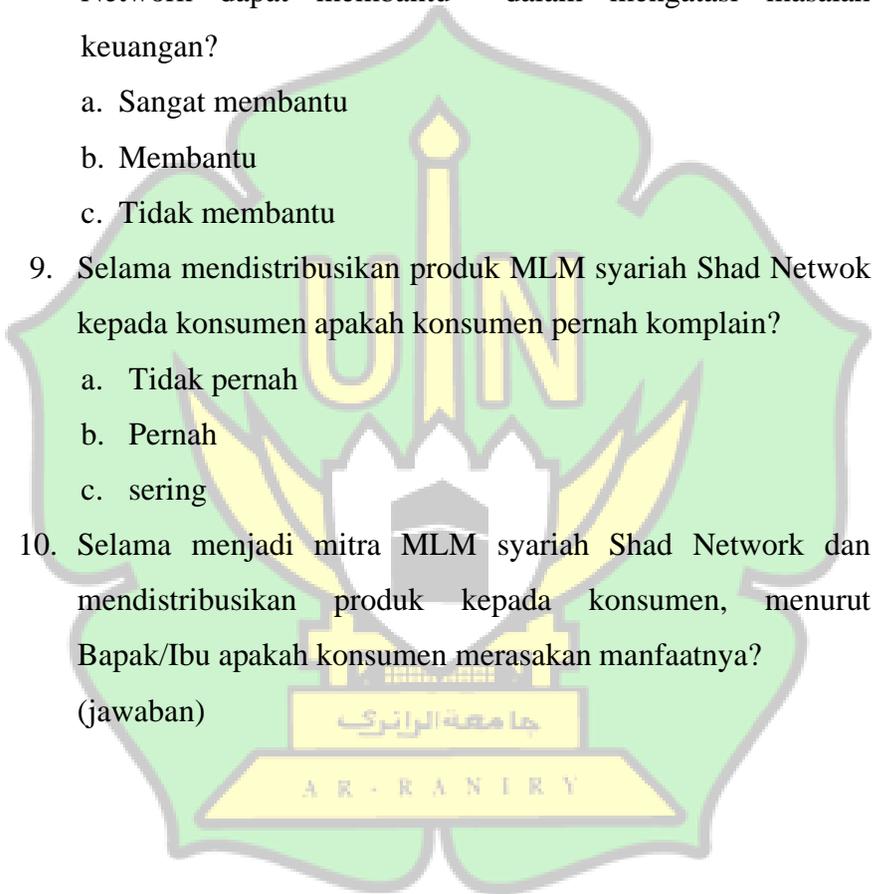
1. Nama :
2. No kemitraan :
3. Usia :
4. Jenis kelamin :
5. Pendidikan terakhir :

Berilah tanda silang pada salah satu pilihan jawaban dibawah ini.

1. Berapa lama Bapak/Ibu sudah menjadi mitra MLM syariah Shad Network tersebut?
 - a. > 1 tahun
 - b. 1 tahun
 - c. < 1 tahun
2. Apa alasan Bapak/Ibu untuk menjadi mitra MLM syariah Shad Network?
 - a. Untuk memenuhi kebutuhan harian keluarga

- b. Untuk membeli peralatan rumah tangga
 - c. Untuk biaya tambahan
 3. Apakah Bapak/Ibu setuju dengan visi, misi serta peraturan yang ditetapkan oleh PT.Shad Network?
 - a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak setuju
 4. Apakah Bapak/Ibu pernah mengalami masalah semenjak menjadi mitra MLM syariah Shad Network?
 - a. Tidak pernah
 - b. Pernah
 - c. Sering
 5. Setelah menjadi mitra MLM syariah Shad Network dan memakai produknya apakah Bapak/Ibu merasakan manfaat?
 - a. Sangat merasakan manfaat (sebutkan)....
 - b. Merasakan manfaat
 - c. Tidak merasakan manfaat
 6. Setelah menjadi mitra MLM syariah Shad Network berapa jumlah pendapatan Bapak/Ibu dalam sebulan?
 - a. > Rp 300.000
 - b. Rp 100.000 – Rp 300.000
 - c. < Rp 100.000
 7. Apakah penghasilan dari MLM syariah Shad Network selama ini mencukupi kebutuhan keluarga?
- 
- The image contains a large, semi-transparent watermark logo in the center. It features a green shield-like shape with a yellow and white emblem inside. The emblem includes a minaret and the letters 'UIN' in a stylized font. Below the shield, there is a banner with Arabic text and the name 'AR-RANIRY'.

- a. Sangat mencukupi
 - b. Mencukupi
 - c. Tidak mencukupi
8. Apakah menurut Bapak/Ibu kehadiran MLM syariah Shad Network dapat membantu dalam mengatasi masalah keuangan?
- a. Sangat membantu
 - b. Membantu
 - c. Tidak membantu
9. Selama mendistribusikan produk MLM syariah Shad Network kepada konsumen apakah konsumen pernah komplain?
- a. Tidak pernah
 - b. Pernah
 - c. sering
10. Selama menjadi mitra MLM syariah Shad Network dan mendistribusikan produk kepada konsumen, menurut Bapak/Ibu apakah konsumen merasakan manfaatnya?
(jawaban)



Lampiran 3

Foto Kegiatan Pengisian Kuisisioner Dengan Anggota Shad Network



Gambar 1.5 - wawancara dengan mitra



Gambar 1.6 - wawancara dengan mitra



Gambar 1.7 - wawancara dengan mitra



Gambar 1.7 - wawancara dengan mitra