

**PENERAPAN NILAI-NILAI HUKUM EKONOMI SYARIAH
DALAM SISTEM *MULTI LEVEL MARKETING HALAL*
NETWORK INTERNATIONAL PT. HERBA PENAWAR AL-
WAHIDA INDONESIA**

Skripsi

*Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (SH)
Pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah
Institut Agama Islam Negeri Palopo*



**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2021**

**PENERAPAN NILAI-NILAI HUKUM EKONOMI SYARIAH
DALAM SISTEM *MULTI LEVEL MARKETING HALAL*
NETWORK INTERNATIONAL PT. HERBA PENAWAR AL-
WAHIDA INDONESIA**

Skripsi

*Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (SH)
Pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah
Institut Agama Islam Negeri Palopo*



IAIN PALOPO

Oleh

VIATRID BARA'TIKU
NIM 17 0303 0068

Pembimbing :

- 1. Dr. Abdain, S.Ag., M.HI.**
- 2. Irma T, S.Kom., M.Kom.**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2021**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Viasitrid Bara`Tiku
NIM : 17 0303 0068
Fakultas : Syariah
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

menyatakan dengan sebenarnya bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggungjawab saya.

Bilamana dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 29 Desember 2021
Yang membuat pernyataan,






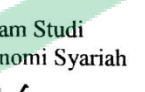
VIASTRID BARA`TIKU
NIM. 17 0303 0068

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Penerapan Nilai-Nilai Hukum Ekonomi Syariah dalam Sistem Multi Level Marketing Halal Network International PT. Herba Penawar Al-Wahida Indonesia yang ditulis oleh Viasitrid Bara'Tiku NIM 17 0303 0068, mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Selasa, tanggal 28 Desember 2021 telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Hukum (SH).

Palopo, 29 Desember 2021

TIM PENGUJI

- | | | |
|-------------------------------------|-------------------|---|
| 1. Dr. Mustaming, S.Ag., M.HI | Ketua Sidang | () |
| 2. Dr. Helmi Kamal, M.HI | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Dr. Rahmawati, S.Ag., M.Ag | Penguji I | () |
| 4. H. Mukhtaram Ayyubi, S.Ei., M.Si | Penguji II | () |
| 5. Dr. Abdain, S.Ag., M.HI | Pembimbing I | () |
| 6. Irma T, S.Kom., M.Kom | Pembimbing II | () |

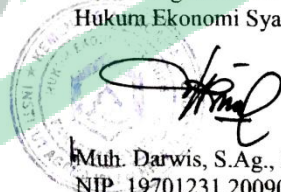
Mengetahui :

Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Syariah



Dr. Mustaming, S.Ag., M.HI
NIP. 19680507 199903 1 004

Ketua Program Studi
Hukum Ekonomi Syariah



Muh. Darwis, S.Ag., M.Ag
NIP. 19701231 200901 1 049

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ. وَالصَّلَاةُ وَالصَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ
وَلْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَاصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ، اللَّهُمَّ صَلِّ عَلَى مُحَمَّدٍ وَعَلَى
آلِهِ مُحَمَّدًا.

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah swt. Yang telah melimpahkan begitu banyak rahmat dan anugerah lahir dan batin dalam menyelesaikan skripsi yang berjudul “Penerapan Nilai-Nilai Hukum Ekonomi Syariah dalam Sistem *Multi Level Marketing Halal Network International* PT. Herba Penawar Al-Wahida Indonesia” setelah melewati proses panjang. Shalawat dan salam tak lupa terkirimkan kepada junjungan Nabi Muhammad saw., keluarga, sahabat, dan pengikut-pengikutnya.

Skripsi ini disusun sebagai syarat dalam mendapatkan gelar sarjana Hukum dalam bidang Hukum Ekonomi Syariah pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari banyak pihak meskipun dalam penulisannya masih jauh dari kata sempurna. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada kedua orang tua tercinta yakni Ayahanda Suani dan Ibunda Matta yang selalu memberikan limpahan kasih sayang baik secara materi maupun non materi dan doa yang tak terukur jumlahnya. Penulis juga mengucapkan banyak terima kasih kepada saudara-saudariku tersayang yang

selalu memberikan semangat dan dorongan kepada penulis. Penulis juga ingin mengucapkan mengucapkan kepada :

1. Dr. Abdul Pirol, M.Ag., selaku Rektor IAIN Palopo beserta Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kelembagaan Dr. H. Muammar Arafat Yusmad, S.H.,M.H. Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan Dr.Ahmad Syarief Iskandar, S.E.,M.M. dan Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Dr. Muhaemin, M.A. IAIN Palopo
2. Dr. Mustaming, S.Ag., M.HI., selaku Dekan Fakultas Syariah beserta Bapak/Ibu Wakil Dekan I, II, dan III Fakultas Syariah IAIN Palopo.
3. Muh. Darwis, S.Ag., M.Ag., selaku Ketua Prodi Hukum Ekonomi Syariah IAIN Palopo dan para Staf yang telah membantu dan mengarahkan dalam penyelesaian skripsi.
4. Dr. Abdain, S.Ag., M.HI. dan Irma T, S.Kom., M.Kom., selaku dosen pembimbing I dan II, yang telah mengarahkan, memberikan masukan dan membimbing dalam rangka penyelesaian skripsi.
5. Dr. Rahmawati, S.Ag., M.Ag. dan H. Mukhtaram Ayyubi, S.El., M.Si., selaku dosen penguji I dan II, yang telah memberikan saran dan masukan dalam rangka penulisan skripsi ini.
6. Dr. Abdain, S.Ag., M.HI., selaku dosen Penasehat Akademik.
7. Madehang, S.Ag., M.Pd., selaku Kepala Unit Perpustakaan beserta staf dalam lingkup IAIN Palopo, yang telah banyak membantu, khususnya dalam mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.

8. Seluruh jajaran Agen terutama Agen Stok Halal Mart Kota Palopo yang telah berperan penting dalam pemberian perizinan dan data dalam penelitian ini.
9. Kepada semua keluarga dan kerabat dekat yang selalu memberi dukungan kepada penulis.
10. Kepada sahabat-sahabat yakni Annisa Akramatul Aziza Masyhur, Irma Anwar, Nurfadillah Tahir, Felia, Rosa dan Nur Azizah yang selalu menjadi tim penyemangat dan teman diskusi bertukar pikiran.
11. Kepada semua teman-teman seperjuangan, Mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah angkatan (2017), khususnya Kelas C, penulis mengucapkan banyak terima kasih.

Semoga Allah membalas segala kebaikan dan keikhlasan pihak-pihak yang telah memberikan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung dan bernilai ibadah dan mendapatkan Pahala dari sisi Allah swt. Penulis mengharapkan agar tulisan ini dapat bermanfaat dan menjadi masukan bagi pihak-pihak yang terkait didalamnya dan khususnya bagi penulis sendiri.

Palopo, 11 November 2021

Penulis

Viastrid Bara'Tiku

NIM. 17 0303 0068

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN DAN SINGKAT

A. Transliterasi Arab – Latin

Pedoman Transliterasi Arab Latin pada penulisan skripsi ini mengacu pada hasil keputusan bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṣ	Ṣ	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Ṣad	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Ḍẓ	Ḍẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	Apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qof	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha

ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong. Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut :

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
اَ	<i>Fathah</i>	A	A
اِ	<i>Kasrah</i>	I	I
اُ	<i>Ḍammah</i>	U	U

Vokal rangkap Bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
يَ	<i>Fathah dan ya</i>	Ai	A dan I
وَ	<i>Fathah dan wau</i>	Au	A dan U

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوْلَ : *hauila*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ ... اِ ...	<i>Fathah</i> dan <i>Alif</i> atau <i>ya</i>	Ā	A dengan garis di atas
إِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	ī	I dan garis di atas
أُ	<i>Ḍammah</i> dan <i>wau</i>	ū	U dan garis di atas

Garis datar di atas huruf *a*, *i*, dan *u* bisa juga diganti dengan garis lengkung seperti huruf *v* yang terbalik menjadi *â*, *î*, dan *û*. model ini sudah dibakukan dalam font semua sistem operasi.

Contoh:

مَاتَ : mâtâ

رَمِيَ : ramâ

يَمُوتُ : yamûtu

4. *Ta marbūṭah*

Transliterasi untuk *ta marbūṭah* ada dua, yaitu: *ta marbūṭah* yang hidup atau mendapat harakat *Fathah*, *Kasrah* dan *Ḍammah* transliterasinya adalah (t). Sedangkan *ta marbūṭah* yang mati atau mendapat harakat sukun transliterasinya adalah (h).

Kalau kata yang terakhir dengan *ta marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbūṭah* itu ditransliterasi kandungan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *rauḍah al-atfāl*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-ḥikmah*

5. *Syaddah (Tasydîd)*

Syaddah atau *Tasydîd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah *Tasydîd* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan pengulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh :

رَبَّنَا : *rabbānā*

نَجَّيْنَا : *najjāīnā*

الْحَقُّ : *al-ḥaqq*

الْحَجُّ : *al-ḥajj*

نُعْمٌ : *nu'ima*

عَدُوٌّ : *'aduwwun*

Jika huruf ى ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah, maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* (i).

Contoh:

عَلِيٌّ : 'alī (bukan 'aly atau 'aliyy)

عَرَبِيٌّ : 'arabi (bukan 'arabiyy atau 'araby)

6. **Kata sandang**

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (*alif lam ma'arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang transliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qomariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh :

الشَّمْسُ : *Al-syamsu* (*bukan asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *Al-zalزالah* (*az-zalزالah*)

الفَلْسَفَةُ : *Al-falsafah*

الْبِلَادُ : *Al-bilādu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf *hamzah* menjadi apostrof hanya berlaku bagi *hamzah* yang terletak di tengah dan di akhir kata. Namun bila *hamzah* terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa *alif*.

Contoh :

تَأْمُرُونَ : ta'murūna

النَّوْءُ : al-nau'

سَيِّئٌ : syai'un

أُمِرْتُ : umirtu

8. Penulisan Bahasa Arab yang Lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata Istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan Bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan Bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dari *al-Qur'ān*), *sunnah*, *khusus* dan *umum*. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh :

Fī Zilāl al-Qur'ān

Al-Sunnah qabl al-tadwīn

Al-'Ibārāt bi 'umūm al-laḥẓ lā bi khusūṣ al-sabab

9. *Lafẓ al-Jalālah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf *hamzah*.

Contoh :

دِينُ اللَّهِ : *dīnullāh*

بِاللَّهِ : *billāh*

Adapun *ta marbūṭah* di akhir kata yang disandarkan kepada *Lafẓ al-Jalālah* ditransliterasikan dengan huruf [t].

Contoh :

هُمُفِيْرٌ حَمِيْلَةٌ اللَّهُ *hum fi raḥmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All caps*) dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman Ejaan Bahasa Indonesia (EYD) yang berlaku. Huruf kapital misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama dalam permulaan kalimat.

Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata

sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Ketentuan juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang *al-*, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK dan DR).

Contoh :

Wa mā Muḥammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wuḍi'a linnāsi lallaẓī bi Bakkata mubārakan

Ṣyahru Ramaḍān al-laẓī unzila fih al-Qur'ān

Naṣīr al-Dīn al-Ṭūsī

Abū Naṣr al-Farābī

Al-Gazālī

Al-munqiz min al-Dalāl

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

Swt., = *Subhanahu Wa Ta'ala*

Saw., = *Sallallahu 'Alaihi Wasallam*

H = Hijrah

M = Masehi

SM = Sebelum Masehi

L = Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)

W = Wafat tahun

QS = *Qur'an, Surah*

HR = Hadis Riwayat

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PRAKATA	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN	viii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR AYAT	xvii
DAFTAR HADITS	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
ABSTRAK	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN TEORI	7
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan	7
B. Deskripsi Teori	9
1. Pengertian <i>Multi Level Marketing</i>	9
2. Pengertian <i>Multi Level Marketing</i> Syariah	13
3. Nilai-Nilai Hukum Ekonomi Syariah	19
C. Kerangka Fikir	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
A. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian	23
B. Subjek dan Objek Penelitian	24
C. Defenisi Istilah	24
D. Desain Penelitian	25
E. Data dan Sumber Data	26
F. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	26
G. Pemeriksaan Keabsahan Data	28
H. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	28
BAB IV DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA	30
A. Deskripsi Data	30
B. Penerapan Nilai-Nilai Hukum Ekonomi Syariah dalam Pemberian Bonus	41

C. Penerapan Nilai-Nilai Hukum Ekonomi Syariah dalam Pemberian Harga	60
BAB V PENUTUP	69
A. Kesimpulan	69
B. Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR AYAT

Kutipan Ayat 1 QS An-Nahl : 90	20
Kutipan Ayat 3 QS Al-Baqarah : 107	58
Kutipan Ayat 4 QS An-Nisa : 29	62



DAFTAR HADITS

Hadits 1 tentang Pemberian Upah	4
---------------------------------------	---



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	22
Gambar 4.1 Pangkat Senior Manager	39
Gambar 4.2 Pangkat Executive Manager	40
Gambar 4.3 Pangkat Director	40
Gambar 4.4 Pangkat Senior Director	40
Gambar 4.5 Pangkat Executive Director	41
Gambar 4.6 Bonus Agen Stok	44
Gambar 4.7 Bonus Prestasi Group	47



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Syarat TP Pribadi untuk Mendapatkan RKJ	53
Tabel 4.2 Perhitungan Poin Masing-Masing Jalur Sesuai Peringkat Agen	53
Tabel 4.3 Skema Jalur Kokoh	55



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Keputusan Dekan Fakultas Syariah IAIN Palopo
- Lampiran 2 Berita Acara Seminar Proposal
- Lampiran 3 Halaman Pengesahan Proposal
- Lampiran 4 Halaman Persetujuan Pembimbing
- Lampiran 5 Nota Dinas Pembimbing
- Lampiran 6 Berita acara Seminar Hasil
- Lampiran 7 Halaman Persetujuan Tim Penguji
- Lampiran 8 Nota Dinas Tim Penguji
- Lampiran 9 Tim Verifikasi Naskah Skripsi
- Lampiran 10 Berita Acara Ujian Munaqasyah
- Lampiran 11 Daftar Riwayat Hidup



ABSTRAK

Viastrid Bara'Tiku, 2021. *Penerapan Nilai-Nilai Hukum Ekonomi Syariah dalam Sistem Multi Level Marketing Halal Network International PT. Herba Penawar Al-Wahida Indonesia*. Dibimbing oleh Dr. Abdain, S.HI dan Irma T, S.Kom., M.Kom.

Skripsi ini berjudul Penerapan Nilai-Nilai Hukum Ekonomi Syariah dalam Sistem *Multi Level Marketing Halal Network international* PT. Herba Penawar Al-Wahida Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan nilai-nilai hukum ekonomi syariah dalam pemberian bonus pada *multi level marketing* herba penawar al-wahida Indonesia, untuk mengetahui penerapan nilai-nilai hukum ekonomi syariah dalam pemberian harga pada herba penawar al-wahida Indonesia.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan normatif, sosial dan yuridis yang berfokus pada penerapan nilai-nilai hukum ekonomi syariah dalam sistem *multi level marketing halal network international* PT. Herba penawar al-wahida Indonesia. Data diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Selanjutnya data dianalisa dengan teknik induktif, deduktif dan deskriptif analitik.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam pemberian bonus pada HNI HPAI menggunakan akad *Ju'alah* (akad bonus bersyarat), dan bonus yang diberikan sesuai dengan hasil kerja para agen serta perhitungan bonus berdasarkan pada pangkat agen, dan juga telah menerapkan nilai-nilai hukum ekonomi syariah dalam pemberian bonus tersebut. Adapun dalam penetapan harga HNI HPAI telah menerapkan nilai-nilai hukum ekonomi syariah, dan harga yang ada pada HPAI ditentukan oleh perusahaan.

Kata Kunci : MLM, Hukum Ekonomi Syariah, HNI HPAI

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di Era Globalisasi ini, bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) merupakan salah satu dari banyaknya bentuk transaksi ekonomi dalam berbisnis yang muncul dan menyebar dengan cepat ke seluruh dunia, termasuk Indonesia karena adanya perkembangan ekonomi, bisnis yang ditawarkan di MLM (*multi level marketing*) ini adalah *double win* yang sangat menjanjikan sehingga banyak yang tertarik dengan jenis transaksi ini.

Bagi umat Islam al-Qur'an dan sunnah adalah pedoman hidup mereka. Dalam al-Qur'an sama sekali tidak ada kecaman terhadap orang yang melakukan kegiatan bisnis, dan dalam Sunnah tidak ada larangan dalam melakukan bisnis. Semua transaksi komersial diperbolehkan selama tidak ada teks atau dalil yang melarangnya. Bisnis Islam yang berlisensi adalah bisnis yang menerapkan nilai-nilai prinsip syariah yang terkandung dalam al-Qur'an dan Sunnah.¹

¹ Komarila, "Implementasi Nilai-Nilai Hukum Ekonomi Syariah Pada Multi Level Marketing Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) Cabang Palembang", Skripsi, UIN Raden Fatah Palembang, 2018, hlm. 1.
<http://eprints.radenfatah.ac.id/3535/1/Komarila%20%2814170086%29.pdf>.

Ada banyak bentuk MLM (*multi level marketing*) di Indonesia, salah satunya ialah MLM berbasis Syariah. Pemasaran berjenjang Syariah ini dikenal dengan Herba Penawar Al-Wahida Indonesia (HPAI). HPAI (Herba Penawar Al-Wahida Indonesia *Multi level marketing* Syariah ini dikenal dengan Herba Penawar Al-Wahida Indonesia (HPAI). HPAI (Herba Penawar Al-Wahida Indonesia) adalah MLM (*multi level marketing*) berbasis syariah dibidang obat atau jamu yang telah menerapkan nilai-nilai hukum ekonomi syariah dalam sistem pemasarannya. HPAI (Herba Penawar Al-Wahida Indonesia) sudah banyak memiliki cabang di Indonesia, salah satunya di Palopo.²

Perusahaan PT. Herba Penawar Al-Wahida Indonesia (HPAI), kemudian dikenal sebagai *halal network International* (HNI), adalah suatu perusahaan bisnis halal di Indonesia berfokus pada penyediaan barang konsumsi yang berkualitas dan halal. Sesuai dengan anggaran dasar perusahaan, PT Herba Penawar Alwahida Indonesia resmi berdiri pada 19 Maret 2012. HNI (Halal Network International) ini adalah hasil dari perjuangan panjang untuk mempromosikan produk halal berkualitas tinggi berdasarkan prinsip Thibbun nabawi, Membina, memajukan, dan mengaktualisasikan ekonomi syariah di Indonesia melalui kewirausahaan, serta turut serta memberdayakan dan mengangkat usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) nasional.³

² Komarila,” *Implementasi Nilai-Nilai Hukum Ekonomi Syariah Pada Multi Level Marketing Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) Cabang Palembang*”, Skripsi, UIN Raden Fatah Palembang, 2018, hlm. 1.
<http://eprints.radenfatah.ac.id/3535/1/Komarila%20%2814170086%29.pdf>.

³ <https://hni.id/00184500/me>, Diakses pada tanggal 17 Juni 2021 pada pukul 10.45 WITA.

Setiap Multi Level Marketing (MLM) dikenal dengan banyaknya bonus yang didapatkan. Untuk mendapatkan penghasilan dalam perusahaan HNI-HPAI selain mendapatkan langsung upah dari menjual produk kepada konsumen non-member, juga setiap agen tidak harus menjual produk, Bisa juga dengan membangun jaringan pemasaran. Artinya mengajak agen-agen baru dengan memanfaatkan sistem yang ada. Setiap agen minimal menggunakan produk untuk dirinya sendiri, semakin banyak agen, akan semakin banyak produk yang otomatis terjual melalui agen yang telah membuat jaringan baru tersebut. Dan tentunya semakin besar bonus yang didapat oleh agen yang membuat jaringan baru tersebut. Di HPAI (herba penawar alwahida Indonesia) juga mengenal adanya poin. Pada dasarnya poin adalah angka untuk menghitung bonus.

Setiap produk ada poinnya masing-masing. Di PT. HPAI (herba penawar alwahida Indonesia) tidak ada bedanya antara mereka yang daftar di awal atau daftar di akhir, tetap memiliki potensi dan kesempatan yang sama untuk memperoleh manfaat dari perusahaan. Tidak ada kewajiban TUPO (Tutup Poin) karena belanja 1 poin pun tetap di input dan mendapatkan bonus sehingga tidak ada prestasi yang hilang sedikitpun. Namun jika ingin mendapat bonus lebih maka suatu jaringan kerja harus melakukan tutup poin dalam satu bulan minimal 200 poin. Di PT. HPAI (herba penawar alwahida Indonesia) mengenal TAPE (Target Penjualan) sebagai tolak ukur keberhasilan agen dan groupnya. Setiap agen minimal melakukan penjualan (atau digunakan sendiri) sebesar 100 poin (sekitar Rp. 200.000-Rp. 400.00). Jika seorang agen telah merekrut beberapa agen di bawahnya, dan semua agen di bawahnya tersebut telah mencapai target penjualan

tiap bulannya, maka agen yang merekrut beberapa agen lagi di bawahnya tersebut akan mendapat bonus penjualan secara terus-menerus tiap bulannya. Target penjualan inilah yang menjamin seorang agen menadapat bonus yang terus-menerus.

Berkaitan dengan besaran upah atau imbalan jasa (bonus) yang harus diberikan kepada agen adalah sesuai kesepakatan menurut hadits Abdullah bin Umar diriwayatkan oleh Ibnu Majah, yaitu sebagai berikut :

حَدَّثَنَا عَبْدُ الرَّحْمَنِ بْنُ زَيْدِ بْنِ أَسْلَمَ عَنْ أَبِيهِ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَعْطُوا الْأَجِيرَ أَجْرَهُ قَبْلَ أَنْ يَجِفَّ عَرْقُهُ. (رواه ابن ماجه).

Artinya :

“Telah menceritakan kepada kami 'Abdurrahman bin Zaid bin Aslam dari Bapaknya dari Abdullah bin Umar ia berkata, "Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Berikanlah upah kepada pekerja sebelum kering keringatnya." (HR. Ibnu Majah).⁴

Unsur penting lain dari pemasaran adalah harga produksi atau harga barang yang dijual. Harga jual produk ini berdasarkan barang yang ada disuatu perusahaan, dalam menentukan harga jual barang tentunya tidak melupakan nilai-nilai dasar hukum ekonomi syariah. Ketika mempelajari hukum islam, harga jual ditentukan secara adil berdasarkan kualitas dan penggunaan barang, tidak ada unsur penipuan atau paksaan.⁵

⁴ Abdullah Muhammad bin Yazid Alqazwani, *Sunan Ibnu Majah*, Kitab. Muqaddimah, Juz 2, No. 2443, (Darul Fikri: Bairut-Libanon, 1981 M), h. 817.

⁵ Panduan Sukses HPAI.

Perkembangan perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) yang semakin banyak sehingga membuat Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) mengeluarkan fatwa No: 75/DSN MUI/VII/ 2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjejang Syariah (PLBS). Dengan fatwa yang menyertainya *Multi Level Marketing* (MLM) mendeklarasikan sistem pemasaran yang memasukkan nilai-nilai syariah diperbolehkan.

Mengenai nilai-nilai syariah yang diperbolehkan yang harus ada dalam sebuah pemasaran, antara lain :

1. Nilai Kepemilikan
2. Nilai Keadilan
3. Nilai Keseimbangan
4. Nilai Kebebasan

Nilai - nilai di atas harus diterapkan dalam sebuah *Multi Level Marketing* (MLM) syariah sebagaimana pendapat Abdul Mannan sebagai tokoh Ekonomi Islam bahwa “Jangan katakan sistem ekonomi syariah jika outputnya tidak bermanfaat bagi ummat atau Umat”. Jelas bahwa sistem tersebut terkandung dalam nilai-nilai fundamental ekonomi Islam.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik mengadakan penelitian Lebih lanjut dengan judul “Penerapan Nilai-Nilai Hukum Ekonomi Syariah dalam Sistem *Multi Level Marketing Halal Network International* PT. Herba Penawar Al-Wahida Indonesia (HPAI).

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana penerapan nilai-nilai Hukum Ekonomi Syariah dalam pemberian bonus pada Herba Penawar Al-Wahida Indonesia ?
2. Bagaimana penerapan nilai-nilai Hukum Ekonomi Syariah dalam pemberian harga pada Multi Level Marketing Herba Penawar Al-Wahida Indonesia ?

C. Tujuan Penulisan

1. Untuk mengetahui penerapan nilai-nilai Hukum Ekonomi Syariah dalam pemberian bonus pada Herba Penawar Al-Wahida Indonesia.
2. Untuk mengetahui penerapan nilai-nilai Hukum Ekonomi Syariah dalam pemberian harga pada Herba Penawar Al-Wahida Indonesia.

D. Manfaat Penulisan

Dengan mengetahui penerapan nilai-nilai Hukum Ekonomi Syariah pada HPAI (herba penawar al-wahida Indonesia), maka manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Secara Teoritis adalah untuk pengembangan yang berkaitan dengan ekonomi di bidang bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) berbasis Syariah.
2. Secara Praktis penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan pembahasan tentang Penerapan Nilai-Nilai Hukum Ekonomi Syariah dalam Sistem *Multi Level Marketing Halal Network International* PT. Herba Penawar Al-Wahida Indonesia.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Dalam rangka menyusun dan mengkaji Skripsi ini, penulis mencoba mengembangkan tulisan ini dengan menghadirkan tulisan-tulisan yang telah diulas dan dibuat oleh peneliti-peneliti terdahulu yang berkaitan dengan judul ini. Berikut Adalah penelitian-penelitian terdahulu diantaranya :

Penelitian Latifah Shofarastuti pada tahun 2019 dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik *Multi Level Marketing* Syariah Halal Network International PT Herba Penawar Al-Wahida Indonesia Di Cilacap”.⁶ Penelitian ini membahas tentang praktik *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah pada PT. HPAI di Cilacap. Pembahasan skripsi ini sama-sama membahas mengenai *Multi Level Marketing* dan penelitian dilakukan dengan penelitian lapangan, namun bedanya dengan penulisan skripsi yang dibuat oleh penulis yaitu Penerapan Nilai-Nilai Hukum Ekonomi Syariah dalam Sistem Multi Level Marketing Syariah pada PT. Herba Penawar Al-Wahida Indonesia (HPAI) sedangkan penelitian ini membahas mengenai Praktik *Multi Level Marketing* pada PT. HPAI Cabang Cilacap.

⁶ Latifah Shofarastuti, “*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Multi Level Marketing Syariah Halal Network International PT Herba Penawar Al-Wahida Indonesia Di Cilacap*”, Skripsi, IAIN Purwokerto, 2019.

Penelitian Fitria Krisdiantini pada tahun 2020 dengan judul “Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) Stokis Herbal Penawar Al-Wahida Indonesia (HPAI) Yanti Pulung Ponorogo.” Penelitian membahas tentang etika bisnis Islam terhadap *Multi Level Marketing* (MLM) pada Herbal Penawar Al-Wahida Indonesia (HPAI) Yanti Pulung Ponorogo. Skripsi Ini sama-sama membahas mengenai *Multi Level Marketing* (MLM) dan penelitian ini dilakukan dengan penelitian lapangan, namun bedanya dengan penulisan skripsi yang dibuat oleh Penulis yaitu Penerapan Nilai-Nilai Hukum Ekonomi Syariah dalam Sistem *Multi Level Marketing* Syariah pada PT. Herba Penawar Al-Wahida Indonesia (HPAI) sedangkan penelitian ini membahas mengenai Etika Bisnis Islam Terhadap Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) Stokis Herbal Penawar Al-Wahida Indonesia (HPAI) Yanti Pulung Ponorogo.⁷

Penelitian Dewi Wahyuni Pada tahun 2021 dengan judul “Sistem *Multi Level Marketing* Syariah Halal Network International PT. Herba Penawar Al-Wahida Indonesia Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pada Agen Stok Halal Mart Palopo).⁸ Penelitian ini membahas tentang sistem *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah pada PT. HPAI (studi kasus pada agen stok halal mart Palopo). Skripsi ini sama-sama membahas mengenai *Multi Level Marketing* dan penelitian ini dilakukan dengan penelitian lapangan, namun

⁷ Fitria Krisdiantini, “ *Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Stokis Herbal Penawar Al-Wahida Indonesia (HPAI) Yanti Pulung Ponorogo* ”, Skripsi, IAIN Ponorogo, 2020.

⁸ Dewi Wahyuni, “*Sistem Multi Level Marketing Syariah Halal Network International PT. Herba Penawar Al-Wahida Indonesia Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pada Agen Stok Halal Mart Palopo)*”, Skripsi, IAIN Palopo, 2021.

bedanya dengan penulisan skripsi yang dibuat oleh penulis yaitu Penerapan Nilai-Nilai Hukum Ekonomi Syariah dalam Sistem Multi Level Marketing Syariah pada PT. Herba Penawar Al-Wahida Indonesia (HPAI) sedangkan penelitian ini membahas mengenai Sistem *Multi Level Marketing* Syariah Halal Network International PT. Herba Penawar Al-Wahida Indonesia .Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pada Agen Stok Halal Mart Palopo).

B. Deskripsi Teori

1. Penegertian *Multi Level Marketing* (MLM)

Multi Level Marketing (MLM) adalah sistem penjualan belum pernah terjadi sebelumnya di dunia Islam. Literatur fiqh klasik tentu tidak mengandung hal seperti *Multi Level Marketing* (MLM). itu. Karena MLM (*Multi Level Marketing*) memang merupakan fenomena baru dalam dunia pemasaran.⁹

Secara Etimologi *Multi Level Marketing* (MLM) berasal dari bahasa Inggris *Multi* berarti banyak sedangkan *level* berarti jenjang atau tingkatan, adapun *marketing* berarti pemasaran. Maka dari kata-kata tersebut dapat dipahami bahwa *Multi Level Marketing* (MLM) adalah pemasaran yang berjenjang. Disebut Multi Level, karena merupakan organisasi distributor yang melakukan penjualan yang berjenjang atau multi level.¹⁰ *Multi Level Marketing* atau yang lebih dikenal dengan MLM adalah sistem penjualan langsung dimana barang dipasarkan oleh

⁹ Ahmad Sarwat, *Aensiklopedia Fiqih Indonesia 7 : Muamalat*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2018), hlm. 405.

¹⁰ Mardani, *Hukum Perikatan Syariah di Indonesia*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2013), hlm. 209.

konsumen langsung dari produsen. Konsumen yang sekaligus memasarkan barang mendapatkan bonus atau *reward*.¹¹

Multi Level Marketing (MLM) membentuk jaringan kerja, dimana banyak orang-orang yang akan terkumpul untuk melakukan pemasaran, jaringan kerja ini disebut sebagai *Network Marketing*. MLM (*Multi Level Marketing*) juga disebut sebagai bisnis penjualan langsung atau *Direct Selling*, hal ini dikarenakan penjualan atau pemasaran produknya dilakukan secara langsung tanpa melalui perantara kepada konsumen.¹²

Sistem pemasaran yang ada pada perusahaan MLM (*Multi Level Marketing*) sendiri memiliki mekanisme yang berbeda-beda antar perusahaan. Dalam sebuah jaringan harus adanya member atau anggota, adapun proses member dengan membayar sejumlah uang pendaftaran kemudian mengisi formulir pendaftaran dan melakukan pembelian produk pada perusahaan tersebut.¹³

Multi Level Marketing (MLM) secara harfiah berarti pemasaran yang dilakukan melalui banyak level atau tingkatan, yang biasanya dikenal dengan istilah *up line* (tingkat atas) dan *down line* (tingkat bawah). *Up line* dan *down line*

¹¹ Erwandi Tarmizi, *Harta Haram Muamalat Kontemporer*. (Bogor: Berkat Mulia Insani, 2017), hlm. 353.

¹² Dewi Wahyuni, “Sistem Multi Level Marketing Syariah Halal Network International PT. Herba Penawar Al-Wahida Indonesia Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pada Agen Stok Halal Mart Palopo)”, Skripsi, IAIN Palopo, 2021, hlm. 12.

¹³ Komarila, “Implementasi Nilai-Nilai Hukum Ekonomi Syariah Pada Multi Level Marketing Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) Cabang Palembang”, Skripsi, UIN Raden Fatah Palembang, 2018, hlm. 21.

umumnya mencerminkan hubungan pada dua level yang berbeda vertikal maupun horizontal.¹⁴

Dalam *Multi Level Marketing* (MLM) tentunya ada ciri -ciri sebagai berikut yaitu :¹⁵

- a. Menjual produk yang diperjualbelikan dalam sistem *Multi Level Marketing* (MLM) dengan harga yang jauh lebih tinggi dari harga biasa, ini sangat tidak dianjurkan dalam islam, malah menurut sebagian ulama, aqad seperti ini adalah tidak sah. Menjual barang dengan harga yang lebih tinggi dari harga biasa merupakan bentuk penipuan harga kepada orang awam yang tidak mengetahui harga normal. Dalam sistem MLM harga yang sengaja dinaikkan karena sekaligus digabungkan dengan uang pendaftaran sebagai anggota.
- b. Target Pembelian Pribadi Sebagai Syarat Komisi. Selain dari iuran yang wajib dibayar oleh anggota, biasanya terdapat syarat yang mewajibkan anggota tersebut mencapai target pembelian tertentu sebagai syarat untuk mendapat komisi dari hasil penjualan anggota di bawahnya. Apabila ia gagal mencapai target pembelian tersebut maka keanggotaannya akan hilang atau dia tidak akan mendapatkan komisi sedikitpun walaupun orang dibawahnya menjual dengan begitu banyak. Semua *Multi Level Marketing* (MLM) yang menerapkan syarat seperti ini, menyebabkan sistem *Multi Level Marketing* (MLM) mereka menjadi bermasalah dari sudut Syariah karena adanya unsur kezaliman terhadap anggota dan adanya kewajiban penjualan bersyarat dengan syarat

¹⁴ Mardani, *Hukum Perikatan Syariah di Indonesia*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2013), hlm. 209.

¹⁵ Agus Marimin dkk, "*Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Dalam Pandangan Islam*", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* Vol 02 No 02 (Juli 2016), hlm. 113-114.

yang ditentukan sepihak dan merupakan berbentuk penindasan. Pada dasarnya, komisi yang diambil atas usaha menjual sesuatu barang adalah boleh menurut Syariah.

- c. Jika anggota mendaftar sebagai anggota *Multi Level Marketing* (MLM) dengan iuran tertentu, tetapi tidak ada satu produkpun untuk diperdagangkan, usahanya hanyalah dengan mencari anggota bawahannya (downline). Setiap kali mendapat anggota baru, maka diberikan beberapa persen dari pembayaran anggota baru tersebut kepadanya. Semakin banyak anggota baru maka semakin banyak jumlah bonusnya. Ini adalah bentuk riba karena memperdagangkan sejumlah uang untuk mendapat uang yang lebih banyak di kemudian hari.
- d. Terdapat juga *Multi Level Marketing* (MLM) yang melakukan manipulasi dalam menjual produknya, atau memaksa pembeli untuk menggunakan produknya atau yang dijual adalah barang haram. Maka *Multi Level Marketing* (MLM) tersebut jelas keharamannya.

Adapun sistem kerja yang ada pada *Multi Level Marketing* (MLM) pada umumnya yaitu:¹⁶

- a. Mereka yang ada di bawah, tetapi bisa membangun organisasi yang lebih besar daripada yang mengajaknya, maka yang bersangkutan memiliki peluang untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar daripada orang yang mengajaknya di atas.

¹⁶ Agus Marimin dkk, "*Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Dalam Pandangan Islam*", hlm. 113-114.

- b. Jika pada periode tertentu seorang mitra tidak melakukan pembelian produk, maka dia tidak akan mendapatkan keuntungan walaupun jalur dibawahnya menghasilkan omzet yang tidak terhingga.
- c. Setiap orang yang bergabung dengan bisnis MLM dan ingin mendapatkan bonus yang lebih besar, maka dia harus berperan sebagai *seller* menjual produk-produk yang akan mendapat poin kemudian menjadi pendukung besarnya bonus yang diterima.

Multi Level Marketing (MLM) memiliki tujuan utama yaitu menjual produk dari perusahaan melalui jaringan distributor yang telah direkrut tanpa adanya batasan perekrutan. Adapun hal yang menjadi target terpenting dari sebuah perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) yaitu berada pada penjualan produknya atau barangnya bukan pada perekrutannya. Dalam hal ini, dapat diartikan bahwa yang terpenting dalam *Multi Level Marketing* (MLM) yaitu berada pada laba atau keuntungan yang dihasilkan.¹⁷

2. Pengertian *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah

Secara umum inovasi bisnis syariah tetap menjunjung tinggi aturan dan etika, karenanya *Multi Level Marketing* (MLM) akan dibenarkan oleh syariah jika para pelakunya beretika atau berakhlakul karimah, yang merupakan misi utama diutusny Nabi Muhammad SAW, sebagaimana sabda beliau, “sesungguhnya aku diutus untuk menyempurnakan akhlak yang mulia”.¹⁸

¹⁷ Dewi Wahyuni, “*Sistem Multi Level Marketing Syariah Halal Network International PT. Herba Penawar Al-Wahida Indonesia Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pada Agen Stok Halal Mart Palopo)*”, Skripsi, IAIN Palopo, 2021, hlm. 13-14.

¹⁸ Komarila, “*Implementasi Nilai-Nilai Hukum Ekonomi Syariah Pada Multi Level Marketing Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) Cabang Palembang*”, Skripsi, UIN Raden Fatah Palembang, 2018, hlm. 26.

Perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah adalah suatu perusahaan yang mempraktikkan skema pemasaran modern dengan menggunakan jaringan distribusi yang bertingkat atau berjenjang, mulai dari skema hingga produk yang dijual menggunakan konsep Syariah. *Multi Level Marketing* (MLM) merupakan sistem yang dikembangkan dengan berbagai kreasi dan inovasi dalam penjualannya, dengan adanya kreasi dan inovasi baru ini harus ada perhatian penuh agar tidak ada unsur yang diharamkan dalam Syariah, seperti *gharar* dan *riba* terhadap skema maupun produknya.¹⁹

Realita saat ini, banyak perusahaan MLM (*Multi Level Marketing*) yang telah bertumbuh baik di dalam maupun di luar negeri. Di Indonesia telah ada perusahaan MLM (*Multi Level Marketing*) yang secara terang-terangan membuat pengakuan bahwa MLM (*Multi Level Marketing*) tersebut sesuai Syariah. Namun, pada kenyataannya untuk mendapatkan pengakuan sebagai perusahaan MLM (*Multi Level Marketing*) Syariah harus memiliki sertifikat halal dari Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), karena akuntabilitas dari MUI diperlukan.²⁰

Dari sudut sistem *Multi Level Marketing* (MLM) itu sendiri pada dasarnya MLM (*Multi Level Marketing*) syariah tidak jauh berbeda dengan *Multi Level Marketing* (MLM) konvensional. Namun yang membedakan bahwa bentuk usaha atau jasa yang dijalankan MLM (*Multi Level Marketing*) berdasarkan syariat Islam.

¹⁹ Imam Mas Arum, “*Multi Level Marketing* (MLM) Syariah : Solusi Praktis Menekan Praktik Bisnis Riba, *Money Game*”, *Jurnal Muqtasid* Vol 3 No. 1 (Juli 2020), hlm. 38 <https://muqtasid.iainsalatiga.ac.id/index.php/muqtasid/article/view/835> diakses pada 18 Agustus 2021 pukul 21.59 WITA.

²⁰ Dewi Wahyuni, “*Sistem Multi Level Marketing Syariah Halal Network International PT. Herba Penawar Al-Wahida Indonesia Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pada Agen Stok Halal Mart Palopo)*”, Skripsi, IAIN Palopo, 2021, hlm. 21.

Dalam *Multi Level Marketing* (MLM) syariah distribusi pendapatan haruslah dilakukan secara profesional, seimbang, dan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam yang berasaskan al-Quran dan Sunnah.²¹ Untuk lebih jelasnya, berikut beberapa syarat yang dipenuhi *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah dalam menjalankan usahanya :²²

- a. Sistem distribusi pendapatan. Dalam distribusi pendapatan seharusnya dilakukan secara seimbang dan profesional, dalam artian tidak ada diskriminasi dalam distribusi pendapatan.
- b. Apresiasi distriutor. Apresiasi yang dimaksud seperti, tidak berbohong atau berdusta, tidak melakukan pemaksaan, tidak merugikan orang lain dan sebagainya yang sesuai dengan prinsip Islam.
- c. Penetapan harga. Jika dilihat dari segi penetapan harga, seharusnya semakin banyak distributor, harga yang ditetapkan seharusnya semakin murah bukan semakin bertambah naik harga produknya, karena produk yang dipasarkan dibuat untuk kemaslahatan ummat yang merasakan langsung manfaat dari produknya bukan untuk memberikan bonus terus-menerus kepada member yang berhasil merekrut banyak member baru.
- d. Jenis produk. Agar konsumen merasa aman dengan produk yang ditawarkan, maka jenis produk yang dipasarkan harus haruslah halal dan terjamin kesuciannya.

²¹ Komarila,” *Implementasi Nilai-Nilai Hukum Ekonomi Syariah Pada Multi Level Marketing Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) Cabang Palembang*”, Skripsi, UIN Raden Fatah Palembang, 2018, hlm. 27.

²² Gemala Dewi, Wirdyaningsih, dan Yeni Salma Barlinti, “*Hukum Perikatan Islam di Indonesia*”, Edisi Pertama (Jakarta : Kencana, 2006), hlm. 184-185.

Adapun Visi *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah adalah mewujudkan Islam yang Kaffah melalui pengamalan ekonomi syariah. Sedangkan misinya adalah:

- a. Mengangkat derajat ekonomi umat melalui usaha yang sesuai dengan tuntunan syariah.
- b. Meningkatkan jalinan ukhuwah Islamiyah di seluruh dunia.
- c. Membentuk jaringan ekonomi Islam dunia, baik jaringan produksi, distribusi, maupun konsumennya, sehingga dapat mendorong kemandirian dan kemajuan ekonomi umat.
- d. Memperkukuh ketahanan aqidah dari serbuan budaya dan ideologi yang tidak Islami.
- e. Mengantisipasi dan meningkatkan strategi menghadapi era liberalisasi ekonomi dan perdagangan bebas.
- f. Meningkatkan ketenangan batin konsumen Muslim dengan tersedianya produk-produk halal dan thoyyib.²³

Secara garis besar, ada beberapa poin yang membedakan antara *Multi Level Marketing* (MLM) syariah dengan *Multi Level Marketing* (MLM) konvensional, yaitu sebagai berikut:²⁴

- a. Secara organisasi, perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) syariah memiliki DPS (Dewan Pengawas Syariah) yang bertugas mengawasi kegiatan bisnis dalam perusahaan tersebut dan memberikan pembinaan/pengarahan agar semua

²³ Panduan Sukses HPAI.

²⁴ Komarila, "Implementasi Nilai-Nilai Hukum Ekonomi Syariah Pada *Multi Level Marketing* Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) Cabang Palembang", Skripsi, UIN Raden Fatah Palembang, 2018, hlm. 29-30.

kegiatan dalam perusahaan tersebut tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Pengawasan ini meliputi produk yang akan dijual, promosi, dan kegiatan-kegiatan lain yang terdapat dalam perusahaan.

- b. Produk yang dijual adalah produk yang layak/halal digunakan atau dikonsumsi secara syariah Islam. Untuk produk yang masuk kategori makanan dan minuman, harus mendapatkan Sertifikat Halal atau Label Halal.
- c. Sistem pembagian bonus kepada member dalam suatu perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) harus terbebas dari hal-hal yang diharamkan, utamanya adalah unsur *maysir* (judi), *gharar* (penipuan), dan riba. Yang mana bonus merupakan imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra-mitra yang melakukan penjualan atau telah mencapai target penjualan barang.
- d. *Multi Level Marketing* (MLM) syariah sebagai “The True MLM” memiliki orientasi bisnis menjual produk berupa barang, bukan pada merekrut anggota. Sebagai contoh dalam suatu *Multi Level Marketing* (MLM) apabila seorang mitra merekrut 100 orang anggota, namun anggota tersebut tidak ada yang melakukan penjualan apapun maka *downline* tersebut tidak akan memperoleh bonus apapun.

Untuk mengarahkan dan menjamin ke arah kemaslahatan dalam bermuamalah melalui *Multi Level Marketing* (MLM), Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) Pusat telah mengeluarkan fatwa tentang *Multi Level Marketing* (MLM) dengan nama Penjualan Langsung Berjenjang

Syariah (PLBS) No 75 Tahun 2009. Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) menetapkan sebagai berikut :²⁵

- a. Produk yang dipasarkan harus berkualitas, halal, thayyib dan menjauhi syubhat (Syubhat adalah sesuatu yang masih meragukan).
- b. Sistem akadnya harus memenuhi kaedah dan rukun jual beli sebagaimana yang terdapat dalam hukum Islam (fiqh muamalah).
- c. Operasional, kebijakan, corporate culture, maupun sistem akuntansinya harus sesuai syariah.
- d. Strukturnya memiliki Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang terdiri dari para ulama yang memahami masalah ekonomi.
- e. Formula insentif harus adil, tidak menzalimi dan berorientasi kemaslahatan/falah.
- f. Tidak ada penaikan harga sampai dua kali lipat. Dengan harga yang sangat mahal dan tidak sepadan dengan kualitas dan manfaat yang diperoleh.
- g. Bonus yang diberikan harus jelas angka nisbahnya sejak awal.
- h. Pembagian bonus harus mencerminkan usaha dari masing-masing anggota.
- i. Tidak ada eksploitasi dalam aturan pembagian bonus antara orang yang awal menjadi anggota dengan yang akhir.
- j. Tidak menitik beratkan barang-barang tertier ketika ummat masih bergelut dengan pemenuhan kebutuhan primer.
- k. MLM (*Multi Level Marketing*) tidak boleh menggunakan sistem piramida yang merugikan orang yang paling belakangan masuk sebagai member.

²⁵ Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) fatwa No: 75/DSN MUI/VII/ 2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) diakses pada 19 Agustus 2021 pukul 14.58 WITA.

1. Cara penghargaan kepada mereka yang berprestasi tidak boleh mencerminkan pesta yang tidak syariah.

3. Nilai-Nilai Hukum Ekonomi Syariah Pada *Multi Level Marketing*

Hukum Ekonomi Syariah adalah kumpulan dasar-dasar hukum yang diambil dari Al-Qur'an dan Sunnah yang ada hubungannya dengan bidang ekonomi. Hukum Ekonomi Syariah didasari oleh nilai-nilai Islam yang berorientasi pada dunia dan akhirat.²⁶

Adapun nilai-nilai Hukum Ekonomi Syariah yang harus ada dalam *Multi Level Marketing*, antara lain :

a. Nilai Kepemilikan

Kepemilikan adalah bagian penting dari pembahasan atau diskusi ekonomi.²⁷ Menurut sistem hukum ekonomi Islam, kepemilikan bukanlah penguasaan mutlak atas sumber-sumber ekonomi, tetapi kemampuan untuk memanfaatkannya atau menggunakannya.²⁸ Segala sesuatu yang ada di alam ini dan apa yang ada pada manusia itu sendiri adalah milik Allah Swt. Dan kepemilikan yang ada pada manusia hanyalah kepemilikan dalam pengelolaannya.²⁹

²⁶ Komarila, "Implementasi Nilai-Nilai Hukum Ekonomi Syariah Pada *Multi Level Marketing Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) Cabang Palembang*", Skripsi, UIN Raden Fatah Palembang, 2018, hlm. 40.

<http://eprints.radenfatah.ac.id/3535/1/Komarila%20%2814170086%29.pdf>.

²⁷ Komarila, "Implementasi Nilai-Nilai Hukum Ekonomi Syariah Pada *Multi Level Marketing Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) Cabang Palembang*", Skripsi, UIN Raden Fatah Palembang, 2018, hlm. 4.

<http://eprints.radenfatah.ac.id/3535/1/Komarila%20%2814170086%29.pdf>.

²⁸ Mardani, *Hukum bisnis Syariah*, (Jakarta : Kencana, 2014) hlm. 114.

²⁹ Abdul Latif, " *Nilai-Nilai Dasar Dalam Membangun Ekonomi Islam* ", *Jurnal Syariah dan Hukum* Vol.18, No. 2 (Desember 2020) : 164.

b. Nilai Keadilan

Kata keadilan disebutkan dalam al-quran lebih dari 1000 kali setelah perkataan Allah dan Ilmu Penegetahuan. Ini menunjukkan bahwa masalah keadilan dalam Islam menempati posisi yang sangat vital dan fundamental. Seperti firman Allah Swt. dalam QS. An-Nahl : 90.

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ
الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴾

Terjemahnya :

“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) Berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.”³⁰

Jadi dengan demikian Islam sangat menekankan pentingnya memperhatikan dan menegakkan keadilan. Bukan hanya keadilan bagi orang lain tetapi juga Untuk kita sendiri. Islam juga menuntut manusia untuk menegakkan keadilan dalam semua bidang kehidupan manusia termasuk dalam bidang ekonomi, tetapi pengertian keadilan dalam Islam bukanlah berarti Islam menghendaki menjalankan prinsip sama rata atau persamaan hasil akhirnya seperti yang terdapat dalam komunisme, karena ini jelas bertentangan dengan fitrah manusia itu sendiri yang diciptakan oleh Allah Swt, memiliki perbedaan, baik dalam dataran kecerdasan, keterampilan, atau kemampuan.³¹

³⁰ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Boyolali : Mecca Qur'an, 2017), 277.

³¹ Abdul Latif, “ *Nilai-Nilai Dasar Dalam Membangun Ekonomi Islam* “, *Jurnal Syariah dan Hukum* Vol.18, No. 2 (Desember 2020) : 165,

c. Nilai Keseimbangan

Keseimbangan adalah nilai dasar yang mempengaruhi berbagai aspek perilaku ekonomi seorang Muslim. Keseimbangan tidak memihak, baik itu usaha kita sebagai individu yang berhubungan dengan dunia dan akhirat, serta yang berkaitan dengan kepentingan diri sendiri dan orang lain, dan tentang hak dan kewajiban.³²

d. Nilai Kebebasan

Islam memberikan kebebasan kepada para pihak untuk melakukan suatu kegiatan bisnis. Selain memberikan kebebasan yang sangat luas dalam melakukan kegiatan transaksi bisnis, Islam juga memberikan batasan-batasan atau rambu-rambu yang harus diperhatikan oleh para pelaku usaha yang antara lain tidak boleh mengandung unsur merugikan, manipulasi, ambiguitas, menganiaya pihak lain, serta perjudian, riba dan penimbunan.³³

<https://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/diktum/article/view/211/135> Diakses pada tanggal 23 Juli 2021 pukul 20.20 WITA.

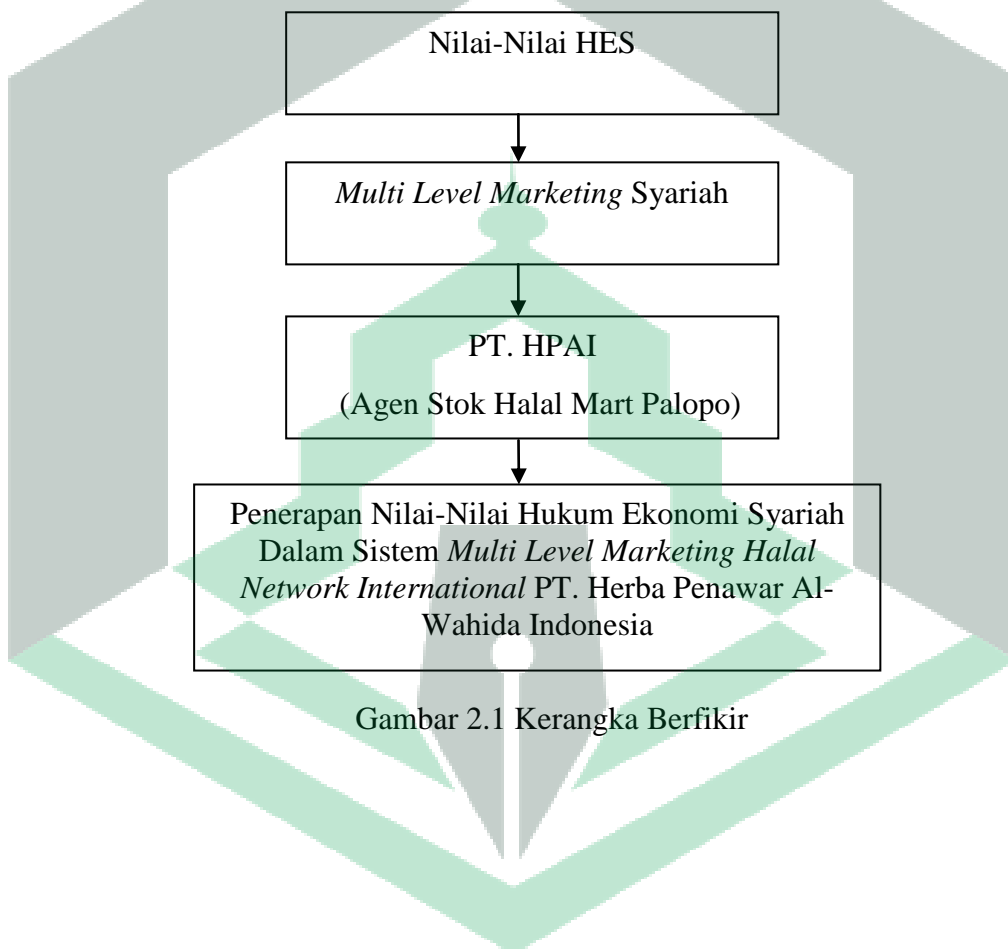
³² Abdul Latif, “ *Nilai-Nilai Dasar Dalam Membangun Ekonomi Islam* “, *Jurnal Syariah dan Hukum* Vol.18, No. 2 (Desember 2020) : 165.

³³ Komarila,” *Implementasi Nilai-Nilai Hukum Ekonomi Syariah Pada Multi Level Marketing Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) Cabang Palembang*”, Skripsi, UIN Raden Fatah Palembang, 2018, hlm. 6.

<http://eprints.radenfatah.ac.id/3535/1/Komarila%20%2814170086%29.pdf>.

C. Kerangka Pikir

Kerangka berfikir adalah penjelasan sementara terhadap suatu gejala yang menjadi objek permasalahan yang hendak diteliti. Kerangka pikir ini disusun berdasarkan pada tinjauan pustaka dan hasil penelitian yang relevan atau terkait. Kerangka pikir merupakan gambaran dari argumentasi peneliti dalam merumuskan penelitian.



Gambar 2.1 Kerangka Berfikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan. Penelitian lapangan merupakan penelitian yang dilakukan secara nyata pada suatu tempat dengan menggunakan metode wawancara (*Interview*) kepada agen HPAI (herba Penawar al-wahida Indonesia) yang ada di Kota Palopo.

2. Pendekatan Penelitian

Adapun pendekatan penelitian yang digunakan, yaitu :

- a. Pendekatan Normatif. Pendekatan normatif merupakan pendekatan yang berpegang teguh pada kaidah atau norma yang berlaku. al-Qur'an, Hadits dan Ijtihad dijadikan sebagai ajaran yang diterima dan tidak dapat diganggu gugat mengenai penafsiran teks-teks yang ada di dalamnya karena telah dijadikan sebagai teologi yang sejajar dengan al-Qur'an yang tidak boleh dikritisi.
- b. Pendekatan sosiologis. Pendekatan sosiologis merupakan pendekatan yang berusaha mengkaji dan mendalami keadaan nyata, baik yang ada di lapangan dengan mempelajari perilaku-perilaku manusia maupun menganalisis berbagai referensi terkait yang menunjang penelitian.
- c. Pendekatan Yuridis. Pendekatan yuridis yaitu pendekatan yang dalam merumuskan pembahasan penelitian menggunakan sumber-sumber hukum baik menggunakan bahan hukum primer dan sekunder atau hukum tertulis dan tidak tertulis.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di agenstok halal mart kota palopo (distribution centre HPAI) yang berada di Jl. Dr. Ratulangi No.63 kelurahan Balandai, Kecamatan Bara, Kota Palopo, Sulawesi selatan.

C. Definisi Istilah

Penelitian ini berjudul “Penerapan Nilai-Nilai Hukum Ekonomi Syariah dalam Sisitem *Multi Level Marketing* Syariah *Halal Network International* PT. Herba Penawar Al-Wahida Indonesia“. Untuk menghindari adanya makna ganda atau kurang jelas dalam penelitian ini, maka sangat penting untuk menuliskan definisi istilah untuk mencegah adanya kesalahan penafsiran dan untuk mempermudah dalam penelitian ini.

1. Hukum Ekonomi Syariah adalah ilmu yang mempelajari tentang hukum-hukum dalam bermuamalah atau usaha-usaha manusia dalam berinteraksi muamalah untuk mencapai kebaikan agar bernilai ibadah dan berdasarkan prinsip-prinsip dan nilai-nilai al-Qur'an, Hadits, dan Sunnah.
2. Sistem *Multi Level Marketing* Syariah merupakan suatu konsep dalam memasarkan produk-produk perusahaan secara berjenjang atau bertingkat, dimana kandungan produk, cara perekrutan, cara penjualan dan pembagian bonus sesuai Syariah.
3. PT (Perseroan Terbatas) adalah badan hukum yang merupakan persekutuan modal, didirikan berdasarkan perjanjian, melakukan kegiatan usaha dengan modal dasar.

D. Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan maps yang menjadi pedoman seorang peneliti dalam mengikuti dan mengarahkan dengan benar dan tepat sesuai dengan tujuan dari penelitian. Desain penelitian haruslah tepat, karena jika tidak maka peneliti akan kehilangan arah dan hasil penelitian tidak akan sesuai dengan tujuan peneliti.³⁴

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan dengan menggunakan metode pendekatan normatif, pendekatan sosiologis dan pendekatan yuridis dengan tujuan untuk mengetahui apakah nilai-nilai hukum ekonomi syariah dalam sistem *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah pada Halal Network international Herba Penaar Al-Wahida Indonesia (HNI HPAI) di agen stok palopo sudah diterapkan atau tidak.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari sumber asli yang dijadikan sebagai objek penelitian. Dalam penelitian ini data utama atau data pokok yang bersumber dari pelaku bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) HPAI. Data Sekunder diperoleh dari buku-buku dan juga karya ilmiah yang berkaitan dengan penelitian.

³⁴ Dewi Wahyuni, “*Sistem Multi Level Marketing Syariah Halal Network International PT. Herba Penawar Al-Wahida Indonesia Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pada Agen Stok Halal Mart Palopo)*”, Skripsi, IAIN Palopo, 2021, hlm. 26.

E. Data dan Sumber Data

Dalam penulisan penelitian ini peneliti menggunakan dua jenis data dan sumber data, yaitu :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari informan melalui wawancara. Dimana sumber data diperoleh dari Agen stok Kota Palopo.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dengan cara membaca, mencari, mendengar dan melihat data yang telah ada yang berkaitan dengan penelitian.³⁵ Dimana sumber datanya dapat diperoleh dari buku-buku dan karya ilmiah yang berkaitan dengan penelitian, laporan-laporan dan dokumen yang digunakan oleh Agen stok Kota Palopo maupun aplikasi atau website resmi HPAI, foto dan ilustrasi yang digunakan oleh Agen stok Kota Palopo atau aplikasi dan website resmi HPAI, rekaman audio dari youtube dan sosial media HPAI, serta iklan dari youtube atau sosial media lain HPAI.

F. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

Teknik pengumpulan data merupakan hal yang sangat penting karena disinilah peneliti akan menentukan teknik dalam mengumpulkan data yang diperlukan serta menentukan instrumen apa yang akan digunakan dalam melakukan penelitian. Adapun instrumen yang digunakan dalam mengumpulkan data yang diperlukan, yaitu :

³⁵ Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan kualitatif*, Edisi Pertama (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2006), hlm. 209.

1. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang mengharuskan peneliti turun ke lapangan untuk mengamati hal-hal yang berkaitan dengan ruang, tempat, pelaku, aktivitas, objek, waktu, tujuan, dan perasaan.³⁶ Jadi observasi adalah suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dengan melakukan pengamatan secara langsung terhadap subjek yang akan diteliti. Observasi dilakukan untuk mendapatkan atau memperoleh informasi sebanyak-banyaknya yang berkaitan dengan penelitian.

2. Wawancara

Wawancara adalah suatu proses percakapan dengan maksud untuk menggali informasi tentang orang, peristiwa, kegiatan, organisasi, motivasi, perasaan, dan sebagainya yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan kepada yang diwawancarai. Teknik ini digunakan sebagai metode atau metode yang digunakan dengan tujuan untuk mendapatkan data atau jawaban langsung dari agen dengan cara tanya jawab secara lisan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu teknik pengumpulan data yang berkaitan dengan bisnis HPAI seperti buku panduan sukse HPAI, buku induk, dan buku peraturan keagenan serta data-data kearsipan di Agen stok Palopo dan sebagainya yang mendukung kegiatan penelitian.

³⁶ M. Junaidi Ghong Dan Fauzan Almansur, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), hlm. 165.

G. Pemeriksaan Keabsahan Data

Keabsahan data adalah standar ketepatan data dari hasil penelitian yang dipusatkan pada data yang didapatkan. Ada beberapa cara yang dilakukan dalam pemeriksaan keabsahan data, yaitu :

1. Triangulasi

Triangulasi yaitu peneliti melakukan pengecekan kembali data-data yang diperoleh dengan membandingkannya dengan berbagai sumber, metode dan teori, seperti mengajukan berbagai variasi pertanyaan saat wawancara, kemudian mengeceknya dengan berbagai sumber yang telah ada dari buku-buku, jurnal dan sumber lainnya.

2. Bahan Referensial Yang Cukup

Adanya sumber pendukung data dari hasil penelitian, misalnya data yang didapat dari hasil wawancara yang didukung dengan adanya rekaman wawancara dan dokumentasi.

H. Teknik pengolahan dan Analisis Data

1. Teknik Pengolahan Data

- a. *Editing*, yaitu proses pengecekan atau pemeriksaan kembali data yang telah didapatkan atau dikumpulkan, untuk melihat kelengkapan datanya, kejelasan makna, keselarasan data yang ada dan hubungannya dengan penelitian.
- b. *Coding*, yaitu proses pengelompokan data yang telah didapat melalui wawancara untuk disatukan dalam kategori yang sama.
- c. *Organizing*, yaitu proses penyusunan data-data yang diperoleh dari jawaban responden.

2. Analisis Data

- a. Induktif, yaitu proses menganalisis data untuk diambil kesimpulan secara umum.
- b. Deduktif, yaitu proses menganalisis dan mengambil kaidah umum, lalu ditarik kesimpulan secara khusus.
- c. Deskriptif Analitik, yaitu proses menganalisa data-data dan keterangan yang dikumpulkan yang kemudian disusun sesuai dengan keperluan penelitian.



BAB IV

DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Deskripsi Data

1. Profil PT. HPAI

PT. Herba Penawar Al-Wahida Indonesia (HPAI), yang kemudian dikenal sebagai Halal Network International (HNI), merupakan salah satu perusahaan bisnis halal *network* di Indonesia yang fokus pada penyediaan produk-produk barang konsumsi (*consumer goods*) yang halal dan berkualitas. Sesuai dengan akta pendirian perusahaan, PT. HPAI resmi didirikan pada tanggal 19 Maret 2012.³⁷ Pendirian Herba Penawar Al-Wahida Indonesia (HPAI) diprakarsai oleh 18 orang muslim yang merupakan para pakar bisnis sekaligus pakar herbal, yaitu :

- a. H. Agung Yulianto, SE, Ak., M.Kom
- b. H. Rofik Hananto, SE
- c. H. Muslim M. Yatim, Lc, MM
- d. Erwin Chandra Kelana, ST
- e. Supriyono
- f. Muhammad Iwan
- g. Zulchaidir B. Firly Ramly, S.Si
- h. Helmi Herdianto
- i. Wisnu Wijaya Adi Putra, ST
- j. Syafruddin, S.Pd

³⁷ Halal Network International, *Penduan Sukses Menjadi Pemimpin Industri Halal Kelas Dunia*, (Jakarta Timur: 2020), hlm. 12.

- k. Ari Maryadi
- l. Ir. Rudi Yanto
- m. Anton Slamet, ST
- n. Barjana, S.Ag
- o. Bagus Hernowo
- p. Adi Suprpto, SE
- q. Sudarmadi
- r. Amin Sugiharto, SE

Halal Network Indonesia (HNI) merupakan hasil dari perjuangan panjang dengan tujuan untuk menjayakan produk-produk halal berkualitas yang berazaskan Thibbun Nabawi, yaitu membumikan, memajukan, dan mengaktualisasikan ekonomi Islam di Indonesia melalui *enterpreneurship*, dan juga turut serta dalam memberdayakan dan mengangkat UMKM nasional. Dalam perkembangan saat ini HNI telah menjelma menjadi sebuah era baru kejayaan bisnis *networking* muslim di dunia dan adobtable dengan perkembangan teknologi yang terus berubah untuk menciptakan layanan yang cepat, akurat dan memuaskan.³⁸

³⁸ Wawancara Ibu Syurianti Salah Satu Agen di Kota Palopo 18/10/2021.

2. Pimpinan HPAI

Dewan Syariah

- a. Dr. H. Mawardi Muhammad Saleh, MA
- b. Prof. Drs. H. M. Nahar Nahrawi, SH, MM (BPH DSN-MUI)
- c. Dr. H. Endy M. Astiwara, MA, AAAIJ, FIIS (BPH DSN-MUI)

Dewan Komisaris

- a. H. Muslim M. Yatim, Lc, MM (Komisaris Utama)
- b. H. Rofik Hananto, SE (Komisaris)

Dewan Direksi

- a. H. Agung Yulianto, SE, Ak, M.Kom (Direktur Utama)
- b. H. Erwin Chandra Kelana, ST (Direktur Marketing)
- c. H. Supriyanto, ST (Direktur).³⁹

3. Visi Misi

a. Visi

Menjadi pemimpin industri halal kelas dunia (dari Indonesia)

b. Misi

- 1) Menjadi perusahaan jaringan pemasaran papan atas kebanggaan Ummat.
- 2) Menjadi wadah perjuangan penyediaan produk halal bagi Ummat Islam.
- 3) Menghasilkan pengusaha-pengusaha muslim yang dapat dibanggakan, baik sebagai pemasar, pembangun jaringan maupun produsen.⁴⁰

³⁹ Halal Network International, *Penduan Sukses Menjadi Pemimpin Industri Halal Kelas Dunia*, (Jakarta Timur: 2020), hlm. 12.

⁴⁰ Halal Network International, *Penduan Sukses Menjadi Pemimpin Industri Halal Kelas Dunia*, (Jakarta Timur: 2020), hlm. 12.

4. Keunggulan HNI HPAI (Halal Network International Herba Penawar Al-Wahida Indonesia)
- a. HNI (Halal Network International) memiliki Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang senantiasa proaktif mengawasi, mengevaluasi, memberi masukan serta nasihat untuk menjaga bisnis halal *network* HNI tetap berada dalam koridor Syariah Islam.
 - b. HNI (Halal Network International) memiliki Sertifikat Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) Pusat, sebagai bentuk legal formal pengesahan bisnis halal *network* HNI telah memenuhi prinsip-prinsip Syariah.
 - c. HNI (Halal Network International) menjual produk-produk yang dijamin 100% halal, karena semua produk diawasi langsung oleh orang-orang yang memiliki kompetensi dan pemahaman tentang kehalalan produk.
 - d. HNI (Halal Network International) memiliki *success plan* yang adil, menguntungkan, serta sesuai dengan syariah Islam.
 - e. Bisnis di HNI (Halal Network International) dapat diwariskan selama perusahaan masih berdiri.
 - f. HNI (Halal Network International) adalah bisnis yang memberikan peluang keuntungan di dunia dan juga akhirat.
 - g. Bisnis di HNI (Halal Network International) didukung oleh kekuatan manajemen dalam *online system* untuk memastikan akuntabilitas setiap Agen dan Leader yang berbisnis di HNI (Halal Network International).

- h. HNI (Halal Network International) dimiliki 100% oleh muslim yang berkomitmen pada nilai-nilai kemuliaan Islam. HNI (Halal Network International) didirikan, dibangun, dan dikelola oleh insan-insan profesional muslim Indonesia.
- i. HNI (Halal Network International) hanya memproduksi, menyediakan, memasarkan, dan mendistribusikan produk-produk yang berkualitas berdasarkan azas alamiah, ilmiah dan ilahiah.
- j. HNI (halal Network international) memiliki sejumlah *Bussiness Center* (BC) dan Agenstok dalam jalur pendistribusian produk yang tersebar di hampir seluruh Provinsi Indonesia, bahkan juga di beberapa negara, dan jumlah Agen HNI (Halal Network international) yang terus tumbuh berkembang.
- k. HNI (Halal Network International) menggunakan servis berbasis *online* (*Web Base Online Services*) yang memungkinkan aktifitas penjualan Agenstok dan *Bussines Center* (BC) dapat dilakukan 100% secara *online*.⁴¹

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

Terdapat 5 (lima) pilar yang siap menopang berdirinya bangunan megah, tinggi dan kokoh HNI (Halal Network International), yaitu :

a. Produk

Produk HNI (Halal Network International) yang dijual adalah produk kualitas terbaik yang berlandaskan alamiah, ilmiah dan ilahiah. Standar kualitas produk HNI (Halal Network International) dibuktikan dengan produk-produk

⁴¹ Halal Network International, *Panduan Sukses Menjadi Pemimpin Industri Halal Kelas Dunia*, (Jakarta Timur: 2020), hlm. 14.

yang memiliki kelengkapan perizinan dan sertifikat halal Majelis Ulama Indonesia (MUI).

HNI (Halal Network International) sebagai perusahaan bisnis halal *network* fokus pada bisnis produk-produk herbal yang terdiri dari produk-produk obat, suplemen, minuman kesehatan dan kosmetik. Masing-masing produk tersebut memiliki khasiat dan manfaat tidak perlu diragukan lagi karena telah dibuktikan langsung oleh agen HNI (Halal Network International). Dalam hal produk, HNI (Halal Network International) tidak hanya bermaksud *Profit Oriented*, namun juga memiliki tujuan-tujuan mulia, yaitu :

1) Halal Berkualitas

HNI (Halal Network International) dalam hal penyediaan produk-produk herbal tidak menjual melainkan produk tersebut terjamin kehalalannya dan memiliki kualitas terbaik.

2) Kesehatan

Produk herbal HNI (Halal Network International) dapat berfungsi sebagai obat dan suplemen. Produk herbal dapat menjadi perantara kesembuhan pasien dengan dosis yang tepat, dapat membantu menjaga dan meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat dengan cara konsumsi teratur sesuai dosis.

3) Tepat Guna SDA (Sumber Daya Alam)

HNI (Halal Network International) ikut serta dalam memanfaatkan sumber daya alam flora dan fauna Indonesia yang sangat kaya dengan cara yang tepat dan adil. Pengelolaan sumber daya alam tersebut tentu pemanfaatannya kembali lagi kepada masyarakat Indonesia.

4) Ekonomi Nasional

HNI (Halal Network International) dalam hal produk ikut serta menyukseskan pembangunan ekonomi nasional dengan menggandeng para pengusaha kecil menengah untuk menjadi partner dalam hal produksi herbal berkualitas. Di samping itu, HNI (Halal Network International) pun membantu meningkatkan sistem produksi, sehingga kualitas setiap produk HNI (Halal Network International) dapat terpantau langsung.

b. Agenstok

Agenstok HNI (Halal Network International) merupakan jalur distribusi ritel dari produk-produk HNI (Halal Network International). Adapun rangkaian jalur distribusi tersebut secara berurutan dari yang terbesar, yaitu *Business center* (BC), *Agency Center* (AC), *Distribution Center* (DC), *Stockist Center* (SC) yang tersebar hampir diseluruh wilayah Indonesia bahkan dapat dikembangkan ke luar negeri.

c. *Support System*

Dalam rangka suksesi *Marketing Plan*, manajemen HNI (Halal Network International) bersama CELLS (*Cooperation of Executive Loyal Leaders* atau Perhimpunan Kesatuan & Kerjasama Para Leader Setia & Agen HNI) telah berinvestasi memvangan sitem yang baku, mudah dan praktis, untuk mendukung dan memudahkan para agen HNI (Halal Network International) dalam mengembangkan bisnis halal *network* HNI (Halal Network International), yang disebut sebagai HNI (Halal Network International) *Support System*.

HNI *Support System* adalah metode, konsep, dan cara kerja agen HNI (Halal Network International) untuk mencapai kesuksesan bisnis di HNI (Halal Network International) dalam satu sistem kerja yang terintegrasi.

d. Teknologi

HNI (Halal Network International) fokus pada teknologi yang mampu mendorong serta meningkatkan kinerja perusahaan dalam hal pelayanan, kemudahan akses informasi, dan transaksi *real-time* untuk membantu agen stakeholder mencapai kesuksesan dalam berbisnis bersama Halal Network International (HNI). HNI (Halal Network International) membangun beberapa instrumen teknologi, yaitu :

1) HSIS (*HNI Sales Integrated System*)

HSIS (*HNI Sales Integrated System*) mengintegrasikan transaksi *online* dengan berbagai fitur dan informasi yang dapat diakses secara *real-time* mengenai pertumbuhan omzet, ketersediaan saldo produk, dan perkembangan jumlah agen per hari.

2) AVO (*Agent Virtual Office*)

AVO (*Agent Virtual Office*) adalah personal page member yang dapat digunakan oleh seluruh agen HNI (Halal Network International) untuk dapat mengetahui perkembangan jaringan dan personal statement.

3) SMS Center

SMS Center berfungsi sebagai layanan informasi terpusat yang dapat dijangkau oleh seluruh agen HNI (Halal Network International) hingga ke tingkat daerah. SMS Center menjadi komunikasi dua arah antara *Costumer care* dengan agen Halal Network International (HNI) dalam hal pembaruan informasi mengenai program dan promo perusahaan.

e. Integritas Manajemen

HNI (Halal Network International) terus berusaha meningkatkan profesionalisme dan menumbuhkan kepercayaan masyarakat terhadap produk-produknya dengan memberi pelayanan terbaik, salah satunya melalui karyawan yang bekerja dengan profesionalisme tinggi yang terbentuk dari nilai-nilai moral dan etika yang baik dalam perusahaan. HNI (Halal Network International) menyadari bahwa kesatuan dan kekompakan disetiap lini perusahaan yang saling menguatkan adalah penting dan akan mencerminkan wibawa dan potensi yang luar biasa dari sebuah perusahaan.

HNI (Halal Network International) telah sukses mewujudkan, menerapkan dan memperlihatkan empat nilai integritas yang dimilikinya, yaitu :

- 1) Kejujuran
- 2) Ketulusan
- 3) Keadilan
- 4) Kepercayaan⁴²

⁴² Halal Network International, *Panduan Sukses Menjadi Pemimpin Industri Halal Kelas Dunia*, (Jakarta Timur: 2020), hlm. 18-22.

6. Produk-Produk HNI HPAI⁴³

- a. *Herbs Products*
- b. *Health Foods & Beverages*
- c. *Cosmetics & Home Care*
- d. *Fashion & Lifestyle*

7. Istilah-Istilah Peringkat⁴⁴

a. Agen Baru (AB) : 10% - 14% - 17%

Akumulasi TP peibadi dan grub (tanpa batas waktu)

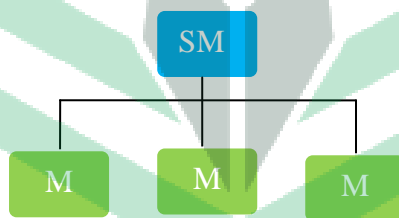
- 1) Agen 10% : < 1.000 poin
- 2) Agen 14% : 1.000 - < 2.000 poin
- 3) Agen 17% : 2.000 - < 3.000 poin

b. Manager (M) : ≥ 3.000 poin 20%

Akumulasi TP pribadi dan grup ≥ 3.000 PV (tanpa batas waktu)

c. Senior Manager (SM) : 3 M 23%

Pangkat dapat diraih dengan memiliki 3 Manager (M)



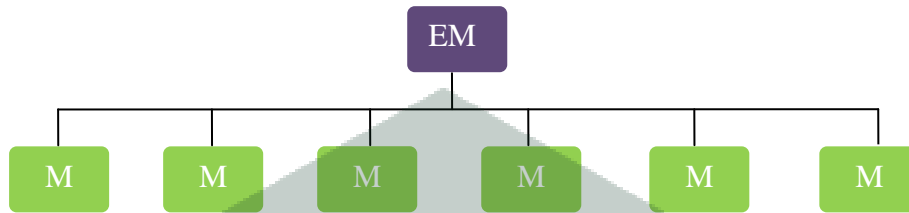
Gambar 4.1 Pangkat Senior Manager

⁴³ Halal Network International, *Katalog Produk Menjadi Pemimpin Industri Halal Kelas Dunia*, (Jakarta Timur: 2020), hlm. 6.

⁴⁴ Halal Network International, *Panduan Sukses Menjadi Pemimpin Industri Halal Kelas dunia*, (Jakarta Timur: 2020), hlm. 45- 46.

d. Executive Manager (EM) : 6 M 26%

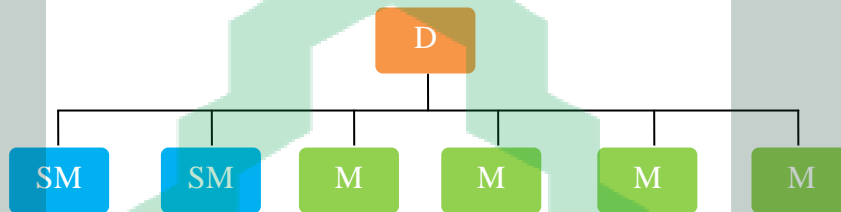
Pangkat dapat diraih dengan memiliki 6 Manager (M).



Gambar 4.2 Pangkat Executive Manager

e. Director (D) : 2 SM + 4 M 29%

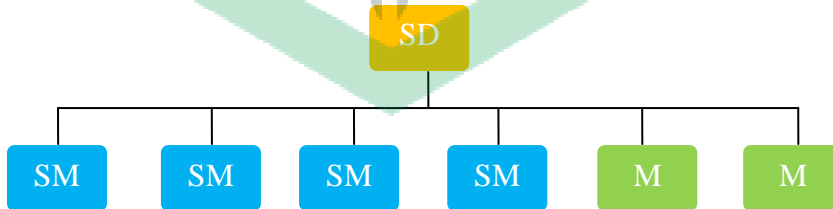
Pangkat dapat diraih dengan memiliki 2 Senior Manager (SM) dan 4 Manager (M).



Gambar 4.3 Pangkat Director

f. Senior Director (SD) : 4 SM + 2 M 32%

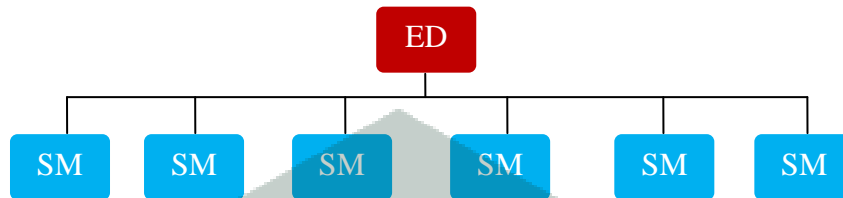
Pangkat dapat diraih dengan memiliki 4 Senior Manager (SM) dan 2 Manager (M).



Gambar 4.4 Pangkat Senior Director

g. Executive Director (ED) : 6 SM 35%

Pangkat dapat diraih dengan memiliki 6 Senior Manager (SM).



Gambar 4.5 Pangkat Executive Director

B. Penerapan Nilai - Nilai Hukum Ekonomi Syariah Dalam Pemberian Bonus

PT. HPAI (herba penawar al-wahida Indonesia) dalam menjalankan bisnisnya menerapkan sistem bonus dan royalti yang diberikan kepada setiap agen HNI-HPAI (halal network international herba penawar al-wahida Indonesia) yang telah mencapai target penjualan. Hal ini sesuai dengan hadits dari Abdullah bin Umar yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah, yaitu sebagai berikut :

حَدَّثَنَا عَبْدُ الرَّحْمَنِ بْنُ زَيْدِ بْنِ أَسْلَمَ عَنْ أَبِيهِ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَعْطُوا الْأَجِيرَ أَجْرَهُ قَبْلَ أَنْ يَجِفَّ عَرْقُهُ. (رواه ابن ماجة).

Artinya :

“ Telah menceritakan kepada kami 'Abdurrahman bin Zaid bin Aslam dari Bapaknya dari Abdullah bin Umar ia berkata, "Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Berikanlah upah kepada pekerja sebelum kering keringatnya." (HR. Ibnu Majah).⁴⁵

⁴⁵ Abdullah Muhammad bin Yazid Alqazwani, *Sunan Ibnu Majah*, Kitab. Muqaddimah, Juz 2, No. 2443, (Darul Fikri: Bairut-Libanon, 1981 M), h. 817.

Salah satu bentuk penghargaan perusahaan HNI (halal network international) terhadap para agen-agensya bisa tercermin melalui skema bonus yang diberikan. Karena berlandaskan syariah yang merujuk pada persyaratan ketat DSN-MUI (Dewan Syariah Nasional Majaelis Ulama Indonesia) Indonesia, bonus yang diberikan kepada agen adalah murni dan *pure* 100% atas prestasi penjualan/pembelian produk yang dilakukan oleh agen dan jaingan dibawahnya. Sebagaimana sebuah bisnis pada umumnya, keuntungan HNI (halal network international) sepenuhnya berasal dari hasil penjualan produk, baik itu produk yang dipakai sendiri atau oleh para agen maupun yang yang dikonsumsi oleh *customer*. Adapun yang berkaitan dengan penjelasan bonus ada 4 komponen utama dalam menentukan besarnya penghargaan kepada agen yaitu sebagai berikut :

1. Bonus

Bonus merupakan reward penghargaan yang diberikan perusahaan sesuai dengan target penjualan agen masing-masing beserta jaringannya.

2. Royalti

Royalti berbeda dengan bonus, royalti merupakan reward atau pembagian keuntungan yang berasal dari omzet perusahaan secara keseluruhan dan dibagikan secara proporsional kepada agen yang berhak.

3. Target Prestasi (TP)

Target prestasi (TP) adalah hasil capaian agen atas pembelian atau penjualan produk sesuai akad.

4. Poin

Poin adalah sebuah istilah yang digunakan untuk menjabarkan besaran nilai yang terkandung pada sebuah produk dalam menentukan bonus.⁴⁶

Berdasarkan uraian di atas, pada PT. HPAI terdapat 4 (empat) komponen utama dalam menentukan besarnya bonus yang diberikan kepada para agen, yaitu bonus, royalti, target prestasi (TP) dan poin. Bonus dan royalti yang diberikan merupakan salah satu bentuk penghargaan yang diberikan oleh perusahaan atas prestasi dan hasil kerja keras yang dilakukan oleh para agen dalam melakukan penjualan/pembelian produk.

Bonus dan royalti agen yang diberikan berdasarkan prestasi yang didapatkan, yaitu sebagai berikut :

1. Bonus Agenstok⁴⁷

Bonus agenstok merupakan bonus yang diperoleh dari total poin penjualan agenstok (SC/DC/AC) dikali persentase agenstok dengan ketentuan sebagai berikut:

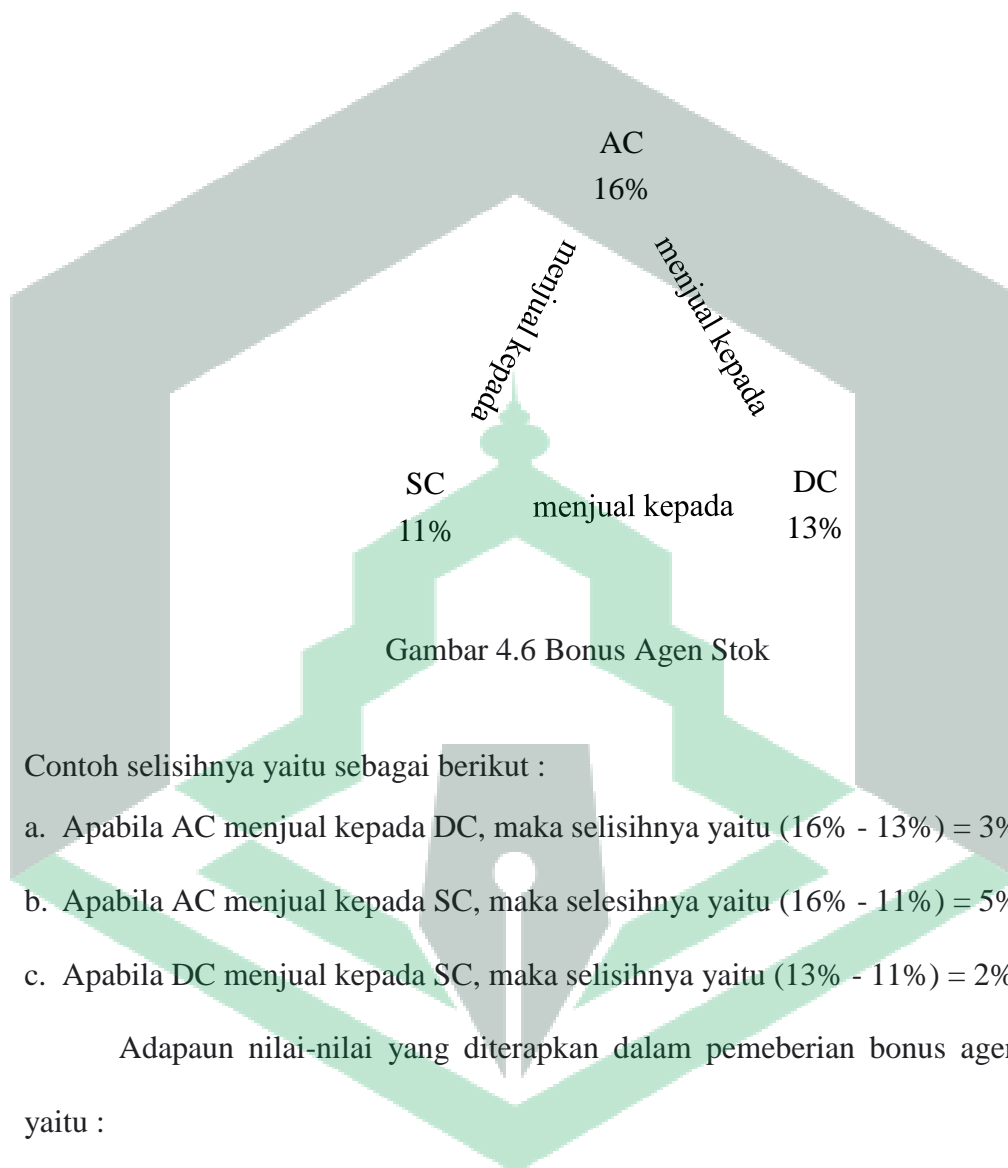
Jika penjualan dilakukan dengan agen biasa, yaitu sebagai berikut :

- | | |
|-----------------------------|-------|
| a. Agency Center (AC) | : 16% |
| b. Distribution Center (DC) | : 13% |
| c. Stok Center (SC) | : 11% |

⁴⁶ Wawancara Ibu Syurianti Salah Satu Agen di Kota Palopo 18/10/2021.

⁴⁷ Wawancara Ibu Syurianti Salah Satu Agen di Kota Palopo 18/10/2021.

Jika penjualan dilakukan dengan agenstok dengan tingkat niaga dibawahnya, besar persentasenya adalah selisih persentase agenstok keduanya seperti pada gambar dibagan.⁴⁸



Gambar 4.6 Bonus Agen Stok

Contoh selisihnya yaitu sebagai berikut :

- Apabila AC menjual kepada DC, maka selisihnya yaitu $(16\% - 13\%) = 3\%$
- Apabila AC menjual kepada SC, maka selisihnya yaitu $(16\% - 11\%) = 5\%$
- Apabila DC menjual kepada SC, maka selisihnya yaitu $(13\% - 11\%) = 2\%$

Adapun nilai-nilai yang diterapkan dalam pemberian bonus agenstok, yaitu :

- Nilai Keadilan

Nilai Keadilan disini terletak pada bonus yang diberikan berdasarkan pada tingkatan yang dimiliki oleh setiap agenstok itu sendiri.

⁴⁸ Halal Network International, *Panduan Sukses Menjadi Pemimpin Industri Halal Kelas dunia*, (Jakarta Timur: 2020), hlm. 48.

b. Nilai Kepemilikan

Kepemilikan yang dimaksud artinya bonus tersebut murni milik agenstok yang telah melakukan penjualan. jadi kepemilikannya terletak pada bonus hasil penjualan.

c. Nilai Keseimbangan

Nilai keseimbangan disini terletak pada persentase bonus yang diberikan sesuai dengan tingkatan yang dimiliki oleh setiap agenstok yang telah melakukan penjualan.

d. Nilai Kebebasan

Nilai kebebasan disini terletak pada kemauan setiap agenstok dalam melakukan penjualan, apabila agenstok melakukan penjualan berarti agenstok tersebut memperoleh bonus dan apabila tidak melakukan penjualan maka agenstok tersebut tidak mendapatkan bonus.

2. Bonus Prestasi Pribadi (BPP)⁴⁹

Bonus prestasi pribadi (BPP) adalah bonus yang dihitung dari total TP (target prestasi) pribadi agen dalam 1 (satu) bulan, dikalikan dengan persentase peringkat agen.

Contoh perhitungan BPP adalah sebagai berikut :

Poin pribadi (<i>Personal Points</i>)	: 1.000 points
Peringkat (<i>Rank</i>)	: Manager (20%)
BPP	= 20% x 1.000 points x 1.000
	= Rp200.000,00 ⁵⁰

⁴⁹ Wawancara Ibu Syurianti Salah Satu Agen di Kota Palopo 18/10/2021.

Adapun dalam pemberian bonus prestasi pribadi nilai-nilai yang diterapkan yaitu :

a. Nilai keadilan

Nilai keadilan yang dimaksud disini yaitu agen yang mendapatkan bonus ialah yang telah mencapai target prestasi pribadi dalam 1 (satu) bulan. Jadi letak keadilannya ialah pada capaian target prestasi pribadi setiap agen dalam 1 (satu) bulan.

b. Nilai kepemilikan

Kepemilikan disini artinya bonus tersebut adalah milik setiap agen yang telah mencapai target prestasi dan perusahaan hanya sebagai perantara. kepemilikan disini terletak pada bonus yang merupakan hak setiap agen yang telah mencapai target prestasi.

c. Nilai kebebasan

Kebebasan disini terletak pada kemauan dan usaha setiap agen dan tidak adanya unsur paksaan bagi agen dalam mencapai target prestasi dalam 1 (satu) bulan.

d. Nilai keseimbangan

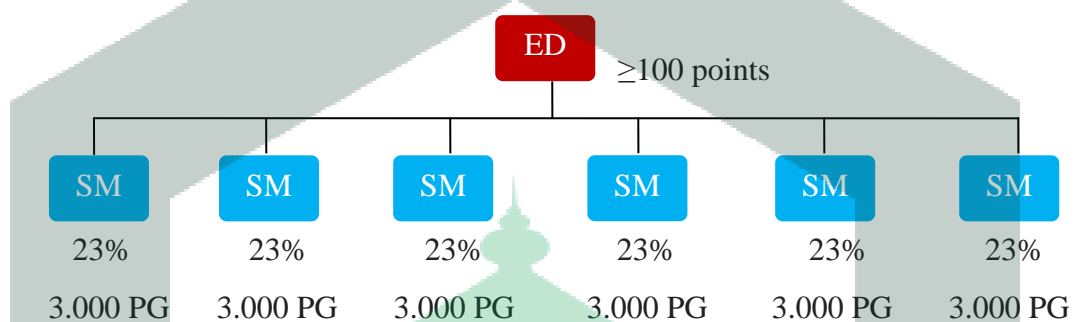
Keseimbangan disini terletak pada usaha atau bisnis yang dilakukan agen seimbang dengan bonus yang diberikan dan sesuai dengan peringkat agen.

⁵⁰Halal Network International, *Panduan Sukses Menjadi Pemimpin Industri Halal Kelas Dunia*, (Jakarta Timur : 2020), hlm. 48.

3. Bonus Prestasi Group (BPG)⁵¹

Bonus prestasi group (BPG) merupakan persentase peringkat dikalikan dengan total poin group (tidak termasuk poin pribadi) dikurangi BPG (bonus prestasi group) dari mitra yang aktif. Adapun syarat dalam memperoleh atau mendapatkan BPG (bonus prestasi group) adalah memiliki TP pribadi ≥ 100 poin.

Adapun Cara perhitungan BPG (bonus prestasi group) sebagai berikut :



Gambar 4.7 Bonus Prestasi Group

$$\begin{aligned} \text{BPG} &= 6 \times (35\% \times 3.000) \times \text{Rp}1.000,00 = \text{Rp}6.300.000,00 \\ \text{BPG Mitra (Partner)} &= 6 \times (23\% \times 3.000) \times \text{Rp}1.000,00 = \text{Rp}4.140.000,00 \\ \text{BPG} &= \text{Rp}6.300.000,00 - \text{Rp}4.140.000,00 \\ &= \text{Rp}2.160.000,00^{52} \end{aligned}$$

Adapun nilai-nilai yang diterapkan dalam pembagian bonus prestasi grup, yaitu :

a. Nilai keadilan

Nlai keadilan disini terletak pada bonus yang diberikan kepada grup yang telah memenuhi syarat yang telah ditentukan.

⁵¹ Wawancara Ibu Syurianti Salah Satu Agen di Kota Palopo 18/10/2021.

⁵² Halal Network International, *Panduan Sukses Menjadi Pemimpin Industri Halal Kelas Dunia*, (Jakarta Timur : 2020), hlm. 49.

b. Nilai kepemilikan

Kepemilikan disini artinya bonus ialah mutlak milik grup yang diberikan oleh perusahaan berdasarkan prestasi yang telah dicapai berdasarkan syarat yang telah ditentukan. Jadi kepemilikan disini terletak pada bonus yang merupakan hak milik grup yang telah mencapai target prestasi.

c. Nilai keseimbangan

Keseimbangan disini terletak pada bonus yang diberikan oleh perusahaan seimbang dengan bisnis yang dilakukan oleh agen dalam satu grup tersebut, dimana bonus tersebut didapat dari persentase peringkat dikali total poin grup (tidak termasuk poin pribadi) dikurangi BPG dari mitra yang aktif.

d. Nilai kebebasan

Kebebasan disini terletak pada kemauan antara mitra dalam satu grup bebas melakukan penjualan secara maksimal atau tidak maksimal, atau dengan kata lain tidak adanya unsur paksaan.

4. Bonus Generasi Peringkat (BGP)⁵³

Bonus generasi peringkat (BGP) merupakan bonus yang diberikan kepada agen dengan peringkat minimal Manager aktif yang memiliki mitra berperingkat minimal Manager aktif. Manager aktif adalah manager dengan TP Pribadi ≥ 200 poin. Bonus dikeluarkan untuk 3-10 generasi sesuai kualifikasi dan syarat yang berlaku.

⁵³ Wawancara Ibu Syurianti Salah Satu Agen di Kota Palopo 18/10/2021.

Adapun nilai-nilai yang diterapkan dalam pemberian bonus generasi peringkat yaitu :

a. Nilai keadilan

Keadilan disini artinya bonus yang diberikan kepada agen sesuai dengan syarat yang berlaku, dimana bonus generasi peringkat ini dikeluarkan atau diberikan kepada agen yang memiliki minimal peringkat manager aktif dengan Target Prestasi pribadi ≥ 200 poin. Jadi keadilan disini terletak pada pemberian bonus berdasarkan peringkat agen.

b. Nilai keseimbangan

Keseimbangan disini artinya bonus yang diberikan seimbang dengan usaha kerja keras yang dilakukan oleh agen dalam mencapai target prestasi. Jadi keseimbangan disini terletak pada bonus yang diberikan seimbang dengan peringkat agen.

c. Nilai kepemilikan

Kepemilikan disini artinya bonus ialah hak mutlak milik agen yang memiliki peringkat minimal manager aktif yang telah memenuhi syarat.

d. Nilai kebebasan

Kebebasan disini artinya agen bebas memilih melakukan penjualan secara maksimal atau tidak maksimal untuk memenuhi syarat yang telah ditentukan. Jadi kebebasan disini terletak pada kemauan dan usaha serta tidak adanya unsur paksaan kepada setiap agen.

5. Bonus Gold-Diamond-Crown (GDC)

Bonus ini diberikan kepada agen berperingkat (Gold Executive Director) GED/ (Diamond Executive Director) DED/ (Crown Executive Director) CED atau yang lebih tinggi dengan syarat sebagai berikut :

a. GED (Gold Executive Director)

- 1) TP pribadi ≥ 600 poin.
- 2) Memiliki 2 ED (executive director) aktif dengan omset grup ≥ 9.000 poin dijalur yang berbeda.
- 3) ED (executive director) aktif yang dimaksud tidak harus dari generasi 1.
- 4) Memiliki omset grup dijalur lain ≥ 9.000 poin.

b. DED (Diamond Executive Director)

- 1) TP pribadi ≥ 600 poin
- 2) Memiliki 4 ED (executive director) aktif dengan omset grup ≥ 9.000 poin dijalur yang berbeda
- 3) ED (executive director) aktif yang dimaksud tidak harus dari generasi 1
- 4) Memiliki omset grup dijalur lain ≥ 9.000 poin

c. CED (Crown Executive Director)

- 1) TP pribadi ≥ 600 poin
- 2) Memiliki 6 ED (executive director) aktif dengan omset grup ≥ 9.000 poin dijalur yang berbeda
- 3) ED (executive director) aktif yang dimaksud tidak harus dari generasi 1
- 4) Memiliki omset grup dijalur lain ≥ 9.000 poin.

ED (Executive Director) aktif merupakan agen berperingkat minimal ED (executive director) dengan $TP \geq 200$ poin. Berikut ini merupakan contoh perhitungan bonus GDC (Gold-Diamond-Crown) dengan simulasi 1 jalur dan berdasarkan omset grup.

Adapun nilai-nilai yang diterapkan dalam pemberian bonus gold-diamond-crown ini yaitu :

a. Nilai keadilan

Keadilan disini artinya yang mendapatkan bonus ialah agen yang berperingkat GED, DED, dan CED serta bonus yang diberikan kepada agen tersebut berdasarkan pada syarat yang telah ditentukan oleh perusahaan. Keadilan disini terletak pada peringkat agen serta syarat untuk mendapatkan bonus

b. Nilai kepemilikan

Kepemilikan disini yang dimaksud ialah bonus yang diberikan merupakan hak milik agen yang telah memenuhi syarat yang telah ditentukan dan perusahaan hanya sebagai perantara.

c. Nilai keseimbangan

Keseimbangan disini yang dimaksud ialah bonus yang didapatkan oleh agen seimbang dengan bisnis yang dilakukan oleh agen yang memiliki peringkat tersebut. Jadi keseimbangan disini terletak pada bonus yang diberikan seimbang dengan usaha serta peringkat agen.

d. Nilai kebebasan

Kebebasan disini artinya agen yang berperingkat tersebut bebas melakukan penjualan secara maksimal atau tidak maksimal untuk memenuhi syarat yang telah ditentukan untuk mendapatkan bonus atau dengan kata lain tidak adanya unsur paksaan. Jadi kebebasan disini terletak pada usaha serta kemauan agen untuk mendapatkan bonus.

6. Royalti Stabilitas Belanja (RSB)

Royalti stabilitas belanja (RSB) merupakan royalti yang diberikan kepada agen yang berperingkat AB dan Manager yang melakukan TP pribadi minimal 200 poin selama 3 bulan berturut-turut, atau 600 poin sebulan dan melanjutkan TP pribadi 200 poin setiap bulan. Adapun royalti yang diberikan sebesar 5% dari poin Internasional HNI (halal network international) yang dibagikan secara merata kepada agen yang memenuhi syarat di atas. Agen yang berperingkat AB atau Manager harus melakukan TP pribadi 200 poin untuk mendapatkan royalti stabilitas belanja (RSB).

Cara perhitungan RSB adalah sebagai berikut :

Contoh :

Poin Internasional HNI = 7.000.000 points

Agen yang dapat RSB = 3.500 agents

RSB = $(5\% \times 7.000.000 \text{ points} \times 1.000) = \text{Rp}100.000,00$

3.500

7. Royalti Kemajuan Jaringan (RKJ)

Syarat TP Pribadi untuk mendapatkan (Royalti Kemajuan Jaringan) RKJ dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel 4.1 Syarat TP pribadi untuk mendapatkan RKJ

Syarat TP Pribadi	Nilai RKJ
200 Points	x 1
600 Points	x 3

Peringkat \geq Senior Manager (SM), Royalti diberikan 9% dari poin Internasional HNI secara proporsional berdasarkan perolehan poin.

Perhitungan poin masing-masing jalur dengan batasan sebagai berikut sesuai peringkat agen :

Tabel 4.2 Perhitungan poin masing-masing jalur sesuai peringkat agen

Peringkat Anda	Index Maksimum Per Jalur
Senior Manager	2
Executive Manager	3
Director	4
Senior Director	5
Executive Director	6

Ket : 1 Index = 1.000 poin

Cara perhitungan royalti RKJ (Royalti Kemajuan Jaringan) :

Index RKJ Anda _____ x 9% dari poin Internasional HNI x Rp1.000
Index RKJ Agen Internasional

Contoh :

Poin Internasional HNI : 14.000.000 points
 Indek RKJ Agen Internasional : 24.000 points
 Index RKJ Anda = 2 + 2 + 3 + 3 + 3 + 3 = 16 Index

RKJ Anda = $\frac{16}{24.000} \times 9\% \times 14.000.000 \text{ points} \times \text{Rp}1.000$
 = Rp840.000 (jika target penjualan 200 points)

Jika target penjualan 600 poin = Rp840.000 x 3 = Rp2.520.000

8. Royalti LED (*Loyal Executive director*)

TP pribadi \geq 600 poin dan royalti diberikan 5% dari poin Internasional secara proporsional berdasarkan perolehan poin. Perhitungan poin dari masing-masing jalur adalah maksimal 18.000 poin.

Cara perhitungan royalti LED (*Loyal Executive director*) adalah sebagai berikut :

$\frac{\text{Nilai poin anda}}{\text{Nilai poin Internasional HNI}} \times 5\% \text{ dari poin Internasional HNI} \times \text{Rp}1.000$

9. Royalti Komitmen Tahunan (RKT)

Royalti Komitmen Tahunan (RKT) adalah bonus yang diberikan kepada para LED HNI (*Loyal Executive director* halal network international) yang senantiasa terus meningkatkan prestasinya juga menjaga loyalitasnya dalam setiap tahunnya.

Nilai RKT (Royalti Komitmen Tahunan) adalah sebesar 3% dari poin HNI Internasional yang diberikan secara proporsional berdasarkan kokoh jalur kepada semua LED (*Loyal Executive director*) yang memenuhi syarat prestasi.

Adapun syaratnya yaitu, sebagai berikut :

- a. LED (*Loyal Executive director*) HNI berkualitas dan menunjukkan loyalitas terbaik kepada HNI (halal network international).
- b. TP pribadi ≥ 600 poin.
- c. Memiliki kokoh 6 jalur minimal @ 6000 PG.

Perhitungan Indeks kokoh jalur adalah sebagai berikut :

- a. Index jalur kokoh dihitung atas prestasi masing-masing LED (*Loyal Executive director*) untuk setiap bulannya sesuai poin HNI Internasional di bulan itu secara proporsional sesuai ketentuan.
- b. Skema jalur kokoh adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3 Skema Jalur Kokoh

Kokoh Jalur	Indeks
6.000 – 8.999 Poin	1
9.000 – 17.999 Poin	2
≥ 18.000	3

- c. LED (*Loyal Executive director*) yang tidak memenuhi syarat minimal 6 jalur kokoh, Indeksnya tetap dihitung untuk menambah bilangan pembagi (index jalur kokoh internasional)

Cara perhitungan Royalti Komitmen Tahunan (RKT) sebagai berikut :

Index jalur kokoh anda _____ x 3% x poin internasional HNI bulan-1 x Rp1.000

Index jalur kokoh internasional

RKT anda dalam 1 tahun = RKT bulan 1 + RKT bln 2 + RKT bln 3 +...+ RKT bulann 12.

10. Royalti LED Sapphire, LED Emerald, dan LED Platinum (SEP)

Ketentuan royalti :

- a. Nilai royalti LED (*Loyal Executive director*) SEP (Sapphire, Emerald, platinum) secara total adalah 2,5% dari omset poin HNI Internasional
- b. Syarat minimal omset HNI Internasional yang tercapai untuk dapat keluarnya royalti LED (*Loyal Executive director*) SEP ditentukan oleh SK Direksi.
- c. Pembagian royalti dilakukan secara proporsional dengan ketentuan sebagai berikut :
 - 1) Setiap LCED SEP (Sapphire, Emerald, Platinum) akan dihitung total serapannya (per jalur maksimal 54.000 poin).
 - 2) Total poin serapan semua LCED SEP (Sapphire, Emerald, Platinum) dijumlahkan menjadi satu dan ditetapkan sebagai bilangan pembagi untuk menetapkan indeks yang diperoleh masing-masing LCED SEP (Sapphire, Emerald, Platinum).
 - 3) Setiap LCED SEP (Sapphire, Emerald, Platinum) memiliki indeks SEP (Sapphire, Emerald, Platinum) yang kemudian secara proporsional akan dikalikan dengan total royalti SEP (Sapphire, Emerald, Platinum) yang tersedia.

LED (*Loyal Executive director*) Sapphire adalah adalah LED (*Loyal Executive director*) HNI yang memiliki 7 jalur ED (tidak harus digenerasi pertama) dengan omset masing-masing ED (*Executive Director*) minimal 24.000 poin. Adapun syaratnya yaitu TP poin pribadi LED (*Loyal Executive director*) Sapphire ≥ 600 poin.

LED (*Loyal Executive director*) Emerald adalah LED (*Loyal Executive director*) HNI yang memiliki 9 jalur ED (tidak harus digenerasi pertama) dengan omset masing-masing ED (*Executive Director*) minimal 24.000 poin. Adapun syaratnya yaitu TP pribadi LED (*Loyal Executive director*) Emerald ≥ 600 poin.

LED (*Loyal Executive director*) Platinum adalah LED (*Loyal Executive director*) HNI yang memiliki 12 jalur ED (tidak harus digenerasi pertama) dengan omset masing-masing ED minimal 24.000 poin. Adapun syaratnya yaitu TP pribadi LED (*Loyal Executive director*) Platinum ≥ 600 poin.

Berdasarkan penjelasan di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa terdapat banyak atau berbagai bentuk bonus yang diberikan oleh perusahaan HPAI (herba penawar al-wahida Indonesia) kepada para agen dan dalam pemberian bonus HPAI (herba penawar al-wahida Indonesia) berdasarkan akad Ju'alah (akad bonus bersyarat) yang diawasi langsung oleh Dewan Syariah HPAI (herba penawar al-wahida Indonesia) agar tidak terdapat kekeliruan serta tidak asal memberi bonus pada agen. Pemberian bonus tersebut tentunya perusahaan menerapkan nilai-nilai hukum ekonomi syariah, adapun nilai-nilai tersebut, yaitu diantaranya sebagai berikut :

1. Nilai Kepemilikan

Kepemilikan yang dimaksud artinya bonus tersebut bukan mutlak milik perusahaan tetapi perusahaan disini menjadi perantara dalam pemberian imbalan atau bonus tersebut kepada para agen dengan mempertimbangkan hal-hal yang perlu dipertimbangkan sebelum memberikan bonus tersebut kepada agen. Sebagaimana firman Allah swt, dalam QS. al-Baqarah : 107

أَلَمْ تَعْلَمْ أَنَّ لِلَّهِ لِكُلِّ شَيْءٍ مِّمَّا يَخْتَارُ حِكْمًا وَعِلْمًا ۚ وَهُوَ الَّذِي يَخْتَارُ الْمُؤْمِنِينَ لِيَتَّبِعُوهُ ۚ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ
وَلِيٍّ وَلَا نَصِيرٍ

Terjemahnya :

“Tidakkah kamu tahu bahwa Allah memiliki kerajaan langit dan bumi ? dan tidak ada bagimu pelindung dan penolong selain Allah.”⁵⁴

Berdasarkan ayat di atas dijelaskan bahwa segala apa yang ada di alam ini dan apa yang ada di dalam manusia itu sendiri adalah milik Allah Swt. Dan kepemilikan yang ada pada manusia adalah hanya kepemilikan dalam pengelolaannya.

2. Nilai Keadilan

Keadilan yang dimaksud artinya semua agen memiliki peluang masing-masing untuk mendapatkan bonus yang ada di perusahaan HPAI (herba penawar al-wahida Indonesia), yang mana bonus yang diberikan sesuai dengan hasil kerja keras para agen selama bisnis tersebut berjalan tanpa membedakan yang baru atau yang lama, siapa saja dapat memiliki peluang untuk mendapatkan bonus asalkan

⁵⁴ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Jakarta Pusat, CV. Al Mubarak, 2018).

dia mau bekerja keras semaksimal mungkin di HPAI (herba penawar al-wahida Indonesia).

Sebagaimana firman Allah swt. dalam QS. an-Nahl : 90

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ
الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴾

Terjemahnya :

“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) Berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.”⁵⁵

3. Nilai Keseimbangan

Artinya setiap agen mendapatkan bonus seimbang dengan bisnis yang dilakukan, sehingga agen yang melakukan banyak penjualan atau bisnis maka dia memiliki peluang bonus yang besar.

4. Nilai Kebebasan

Artinya agen bebas memilih untuk melakukan penjualan secara maksimal atau tidak maksimal, tidak ada paksaan dalam berbisnis HPAI (herba penawar al-wahida Indonesia) sehingga hasil dari itu agen yang menentukan apakah menginginkan bonus yang besar atau yang cukup.

⁵⁵ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Boyolali : Mecca Qur'an, 2017), 277.

C. Penerapan Nilai-Nilai Hukum Ekonomi Syariah Pemberian Harga

Produk dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.⁵⁶ Produk adalah bentuk barang yang akan didistribusikan dalam suatu penjualan. Dalam produk itu sendiri tentunya sebuah perusahaan pastinya menyediakan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang ditetapkan.

Harga merupakan salah satu bagian yang sangat penting dalam pemasaran suatu produk karena harga adalah satu dari empat bauran pemasaran / marketing mix (4P = produk, harga, distribusi, promosi). Harga adalah suatu nilai tukar dari produk barang atau jasa yang dinyatakan dalam satuan moneter. Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa.

Secara sederhana, harga ditetapkan berdasarkan total biaya produksi plus keuntungan. Pengusaha hendaknya menetapkan margin keuntungan yang wajar, sehingga harga dapat “terjangkau” oleh konsumen. Untuk barang yang diproduksi oleh banyak produsen, ada mekanisme persaingan yang memungkinkan harga terbentuk berdasarkan hukum pasar dengan teori permintaan dan penawaran (*supply and demand*). Pengusaha juga dituntut untuk menetapkan tingkatan harga yang adil untuk berbagai kualitas barang yang sejenis, konsumen berhak memperoleh barang yang berkualitas lebih baik untuk harga yang lebih

⁵⁶ Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, “*Manajemen Pemasaran*”, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2012), hlm. 153.

tinggi atau dengan kata lain pengusaha boleh menetapkan harga yang lebih tinggi untuk barang yang memiliki kualitas yang tinggi.⁵⁷

Berdasarkan penjelasan di atas pengusaha atau perusahaan dalam menetapkan harga produk itu berdasarkan atas total biaya produksi dan keuntungan yang akan diperoleh dan harga juga dapat terbentuk berdasarkan hukum pasar dengan teori permintaan dan penawaran apabila barang atau produk tersebut diproduksi oleh banyak produsen.

Harga merupakan suatu variabel yang dapat dikendalikan dan yang menentukan diterima atau tidaknya suatu produk oleh konsumen. Harga semata-mata tergantung pada kebijakan perusahaan, tetapi tentu saja dengan mempertimbangkan berbagai hal. Murah atau mahalnya harga suatu produk sifatnya sangat relatif. Untuk mengatakan perlu terlebih dahulu dibandingkan dengan harga produk serupa yang diproduksi atau dijual perusahaan lain. Artinya, perusahaan perlu selalu memonitor harga yang ditetapkan oleh para pesaing agar harga yang ditentukan oleh perusahaan tersebut tidak terlalu tinggi atau sebaliknya.⁵⁸

Berdasarkan penjelasan di atas dapat dikatakan bahwa suatu harga produk tergantung pada kebijakan perusahaan dan merupakan suatu variabel yang dapat dikendalikan serta dalam menentukan suatu harga produk perusahaan perlu memonitor harga yang ditetapkan oleh perusahaan lain agar harga yang ditetapkan pada suatu produk tidak terlalu tinggi atau tidak terlalu rendah.

⁵⁷ Wawancara Ibu Syurianti Salah Satu Agen di Kota Palopo 18/10/2021.

⁵⁸ Wawancara Ibu Syurianti Salah Satu Agen di Kota Palopo 18/10/2021.

Standar alat tukar (uang) sangat penting untuk menentukan suatu harga yang setara dalam jual beli. Karena jika harga itu senilai dengan barang yang dibeli pembeli dan nilai barang itu seharga dengan alat tukar yang diberikan pembeli kemudian dilanjutkan dengan serah terima atau *ijab qabul* yang sah disertai saling ridha meridhai, maka terjadilah keadilan harga dalam jual beli. Hal ini sesuai dengan firman Allah swt. dalam QS. an-Nisa : 29, sebagai berikut :

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ
تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

Terjemahnya :

“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.”⁵⁹

Terdapat dua faktor yang mempengaruhi pembentukan harga menurut Darmanto, yaitu sebagai berikut :⁶⁰

1. Faktor internal

a. Sasaran pemasaran

- 1) Bertahan hidup. Perusahaan menghadapi kelebihan kapasitas, persaingan ketat atau keinginan konsumen berubah. Dalam hal ini, perusahaan akan menetapkan harga rendah dengan harapan permintaan akan naik. Fungsi harga di sini adalah untuk menutup biaya variabel dan sedikit biaya tetap.

⁵⁹ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Boyolali : Mecca Qur'an, 2017), hlm. 83.

⁶⁰ Daryanto, *Seri Kuliah Manajemen Pemasaran*, Cet. 1, (Bandung : CV. Yraha Widya, 2011), hlm. 57-59.

- 2) Memaksimalkan laba dan saat ini. Perusahaan memperkirakan berapa besar permintaan dan biaya pada beberapa harga yang berbeda dan memilih yang menghasilkan laba, arus kas, dan pengembalian investasi maksimal saat ini.
- 3) Kepemimpinan pasar. Perusahaan yakin bahwa menjadi pemimpin pasar akan menikmati biaya terendah dan laba jangka panjang terbesar.
- 4) Kepemimpinan mutu produk. Keputusan ini mengharuskan penetapan harga tinggi untuk menutup biaya mutu dari produk yang dihasilkan.

b. Strategi bauran pemasaran

Harga merupakan alat bauran pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai sasaran pemasarannya sehingga keputusan harga harus dikordinasikan dengan rancangan produk, distribusi, dan promosi yang membentuk program pemasaran yang konsisten dan efektif.

c. Biaya

Biaya terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel sehingga manajemen ingin menetapkan harga sekurang-kurangnya menutup biaya produksi total pada tingkat produksi tertentu.

d. Pertimbangan Organisasi

Meliputi pihak-pihak di dalam organisasi yang terlibat dalam penetapan harga.

2. Faktor eksternal

a. Pasar dan permintaan

Penetapan harga dalam tipe pasar yang berbeda, yaitu sebagai berikut :

1) Pasar persaingan sempurna

Pasar dengan banyak pembeli dan penjual yang memperdagangkan komoditi yang seragam sehingga harga tidak dipertimbangkan oleh pembeli dan penjual.

2) Pasar monopolistik

Pasar dengan banyak pembeli dan penjual yang berdagang dalam kisaran harga-harga tertentu.

3) Pasar oligopolistik

Pasar dengan beberapa penjual yang amat peka terhadap strategi penetapan harga dan strategi pemasaran penjual lain.

4) Monopoli

Pasar dimana hanya ada satu penjual, Persepsi konsumen mengenai harga dan nilai, menganalisis hubungan harga dan permintaan.

5) Persaingan

Perusahaan harus memprediksi pengaruh biaya dan harga pesaing, serta kemungkinan reaksi pesaing terhadap perubahan harga perusahaan.

PT. HPAI (herba penawar al-wahida Indonesia) dalam melakukan penjualan terdapat perbedaan harga yang ditetapkan. Adanya perbedaan harga tersebut berdasarkan wilayah 1, wilayah 2 dan wilayah 3, semakin jauh wilayah tersebut maka harga produk semakin mahal karena adanya tambahan biaya ongkos kirim.

Selain faktor wilayah, perbedaan harga juga berdasarkan harga anggota dan non anggota. Adapun harga anggota merupakan harga yang ditetapkan oleh perusahaan untuk agen HPAI (herba penawar al-wahida Indonesia) dan merupakan harga resmi yang dipublikasikan oleh perusahaan, tetapi apabila seseorang agen atau anggota membeli produk akan mendapat potongan harga atau diskon. Sedangkan harga non anggota (harga konsumen) merupakan harga yang ditetapkan oleh perusahaan untuk konsumen atau non agen dan merupakan harga resmi yang dipublikasikan oleh perusahaan yang telah tercantum pada daftar harga dan tidak mendapatkan potongan harga atau diskon.⁶¹

Contoh :

1. Truson

Harga Konsumen	: Rp110.000
Harga Agen	: Rp90.000
Keuntungan Langsung	: Rp20.000 = 20%
Poin	: 30

2. Stimfibre

Harga Konsumen	: Rp350.000
Harga Agen	: Rp250.000
Keuntungan Langsung	: Rp100.000 = 28,5%
Poin	: 100 ⁶²

⁶¹ Wawancara Ibu Syurianti Salah Satu agen di Kota Palopo 18/10/2021.

⁶² Halal Network International, *Panduan Sukses Menjadi Pemimpin Industri Halal Kelas Dunia*, (Jakarta Timur: 2020), hlm. 47.

Berdasarkan contoh dan penjelasan di atas dapat diketahui bahwa dalam HPAI terdapat perbedaan harga yaitu, harga antara anggota dan non anggota dan juga harga berdasarkan wilayah, yang mana wilayah yang jauh harga produk akan mahal karena adanya tambahan biaya ongkos kirim. Adapun jual beli dalam HPAI disebut *Bai' al-Wadhiah*, yaitu jual beli pada harga semula dengan pengurangan sejumlah harga atau diskon.⁶³ Jadi dalam HPAI yang setiap agen yang membeli produk akan mendapatkan potongan harga atau diskon sedangkan yang bukan agen (konsumen) tidak ada potongan harga atau diskon yang diberikan sesuai dengan contoh diatas.

Penetapan harga produk atau barang ditentukan oleh perusahaan HPAI didasarkan pada beberapa kriteria dengan melibatkan Dewan Syariah, yaitu sebagai berikut :⁶⁴

1. Harga pokok produksi (harga yang didapatkan dari pabrik)
2. Operasional perusahaan (gaji karyawan, listrik, dll)
3. Variabel lain yaitu pajak

Harga yang ditetapkan oleh perusahaan HPAI (herba penawar al-wahida Indonesia) dapat dikatakan bahwa tidak merugikan seseorang karena harga yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan kualitas yang ada pada produk atau barang yang dijual. Adapun produk yang dijual pada HPAI (herba penawar al-wahida Indonesia) memiliki banyak khasiat dan harganya bisa dikatakan

⁶³ Gibtiah, *Fiqh Kontemporer*, (Palembang : Karya Sukses Mandiri, 2015), hlm. 158.

⁶⁴ Wawancara Ibu Syurianti Salah Satu Agen di Kota Palopo.

terjangkau sehingga masyarakat manapun dapat membeli produk tersebut untuk dikonsumsi.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa harga yang ditetapkan oleh HPAI (herba penawar al-wahida Indonesia) juga didasarkan pada tiga (3) kriteria, yaitu harga pokok produksi atau harga pabrik, operasional perusahaan (gaji karyawan, listrik dll), dan variabel lain yaitu pajak.

HPAI (herba penawar al-wahida Indonesia) dalam menetapkan harga produk tentunya menerapkan nilai-nilai Hukum Ekonomi Syariah dalam melakukan penetapan harga. Adapun nilai-nilai Hukum Ekonomi Syariah yang diterapkan yaitu, sebagai berikut :

1. Nilai Kepemilikan

Artinya dalam menetapkan harga produk bukan mutlak keinginan perusahaan tetapi ada nilai ilahi yang harus dipertimbangkan dalam proses penetapan harga produk tersebut. Jadi kepemilikan disini terletak pada hak dalam penetapan harga produk.

2. Nilai Keadilan

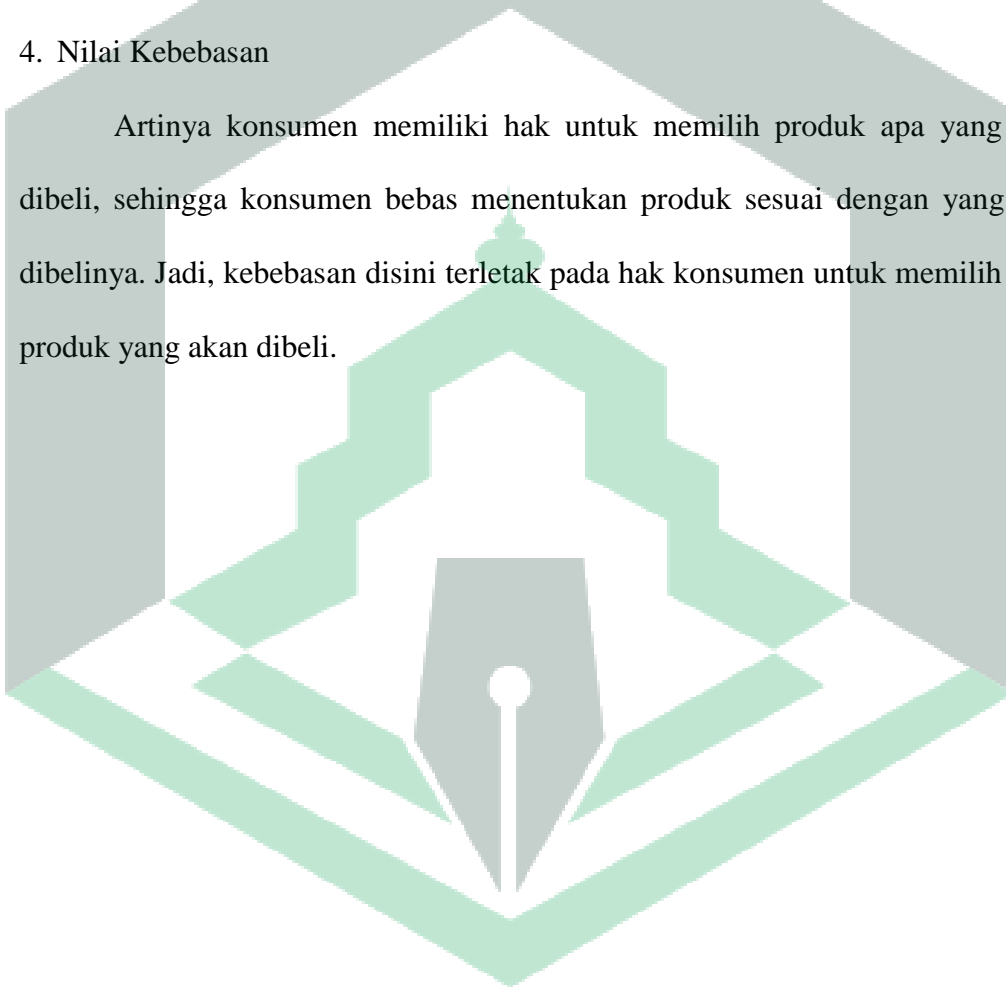
Artinya semua konsumen memiliki dan berpeluang untuk mendapatkan harga yang sama secara adil oleh perusahaan HPAI (herba penawar al-wahida Indonesia). Jadi letak keadilan disini ialah tidak adanya perbedaan harga yang diberikan kepada konsumen.

3. Nilai Keseimbangan

Artinya setiap konsumen mendapatkan kualitas produk sesuai dengan harga yang diberikan atau ditetapkan oleh perusahaan HPAI (herba penawar al-wahida Indonesia), sehingga tidak ada unsur manipulasi dalam produk tersebut. Jadi letak keseimbangan disini ialah pada kualitas produk seimbang dengan harga yang diberikan.

4. Nilai Kebebasan

Artinya konsumen memiliki hak untuk memilih produk apa yang akan dibeli, sehingga konsumen bebas menentukan produk sesuai dengan yang akan dibelinya. Jadi, kebebasan disini terletak pada hak konsumen untuk memilih suatu produk yang akan dibeli.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

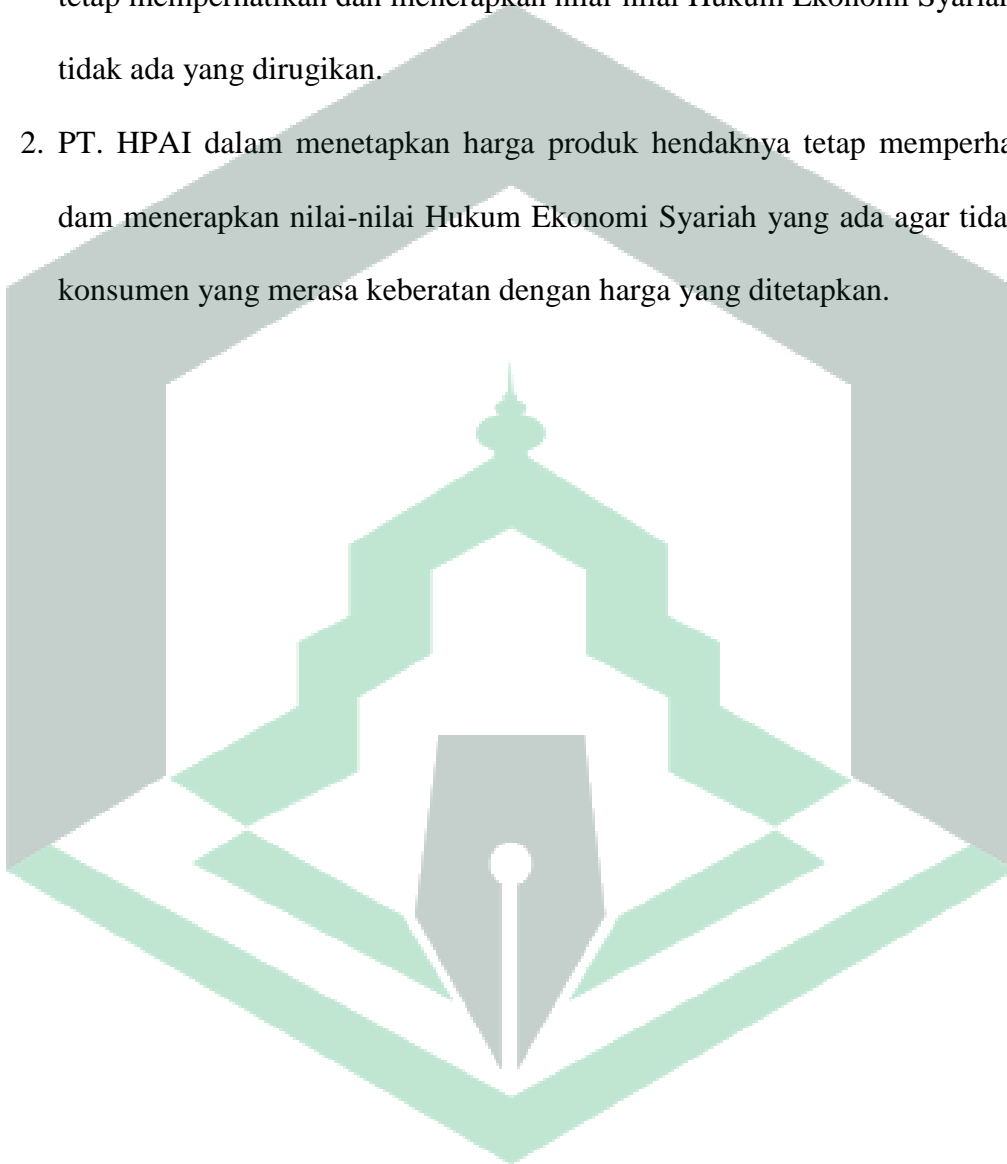
Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada Agen Stok Kota Palopo, peneliti menyimpulkan bahwa :

1. PT. Herba Penawar Al-Wahida Indonesia (HPAI) dalam memberikan bonus kepada para agen telah menerapkan nilai-nilai Hukum Ekonomi Syariah seperti nilai kepemilikan, nilai keadilan, nilai keseimbangan, nilai kebebasan dan dalam pemberian bonus tersebut menggunakan akad Ju'alah (akad bonus bersyarat) dan bonus yang diberikan merupakan salah satu bentuk penghargaan atas prestasi dan kerja keras para agen.
2. PT. Herba Penawar Al-Wahida Indonesia (HPAI) telah menerapkan nilai-nilai Hukum Ekonomi Syariah seperti nilai kepemilikan, nilai keadilan, nilai keseimbangan, nilai kebebasan dan dalam menetapkan harga suatu produk, HPAI (herba penawar al-wahida Indonesia) didasarkan pada beberapa kriteria yang melibatkan Dewan Syariah, serta dalam HPAI (herba penawar al-wahida Indonesia) terdapat pula perbedaan harga antara anggota dan non anggota.

B. Saran

Adapun Saran yang dapat peneliti sampaikan yaitu, sebagai berikut :

1. Kepada PT. HPAI dalam memberikan bonus kepada para agen hendaknya tetap memperhatikan dan menerapkan nilai-nilai Hukum Ekonomi Syariah agar tidak ada yang dirugikan.
2. PT. HPAI dalam menetapkan harga produk hendaknya tetap memperhatikan dan menerapkan nilai-nilai Hukum Ekonomi Syariah yang ada agar tidak ada konsumen yang merasa keberatan dengan harga yang ditetapkan.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2012. “ *Manajemen Pemasaran* “. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Alqazwani, Abdullah Muhammad bin Yazid. 1981. *Sunan Ibnu Majah*. Kitab. Muqaddimah, Juz 2, No. 2443. Darul Fikri: Bairut-Libanon.
- Daryanto. 2011. “*Seri Kuliah Manajemen Pemasaran*”. Cetakan 1. Bandung : CV. Yraha Widya.
- Dewi, Gemala., Wirnyaningsih, dan Yeni Salma Barlinti. 2006. *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*. Edisi Pertama. Jakarta : Kencana.
- Ghong, M. Junaidi dan Fauzan Almansur. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta : Ar-Ruzz Media.
- Gibtiah. 2015. “ *Fiqh Kontemporer* “. Palembang : Karya Sukses Mandiri.
- Halal Network International. 2020. “ *Penduan Sukses Menjadi Pemimpin Industri Halal Kelas Dunia*”. Jakarta Timur : HPAI
- Halal Network International. 2020. “ *Katalog Produk Menjadi Pemimpin Industri Halal Kelas Dunia*”. Jakarta Timur : HPAI
- Kementerian Agama RI. 2017. Al-Qur’an dan Terjemahan. Boyolali : Mecca Qur’an.
- Mardani. 2013. *Hukum Perikatan Syariah di Indonesia*. Jakarta : Sinar Grafika.
- Mardani. 2014. *Hukum bisnis Syariah*. Jakarta : Kencana.
- Sarwat, Ahmad. 2018. *Aensiklopedia Fiqih Indonesia 7 : Muamalat*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan kualitatif*. Edisi Pertama. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Tarmizi, Erwandi.2017. *Harta Haram Muamalat Kontemporer*. Bogor : Berkat Mulia Insani.

Jurnal

Arum, Imam Mas. “*Multi Level Marketing (MLM) Syariah : Solusi Praktis Menekan Praktik Bisnis Riba, Money Game*”, *Jurnal Muqtasid* Vol 3 No 1 (Juli 2020) : 38,
<https://muqtasid.iainsalatiga.ac.id/index.php/muqtasid/article/view/835>.

Latif, Abdul., 2020, “ Nilai-Nilai Dasar dalam Membangun Ekonomi Islam “, *Jurnal Syariah dan Hukum* Vol. 18, No. 2, (Desember 2020) : 164,
<https://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/diktum/article/view/211/135>.

Marimin Abdul Haris Romdhoni, Agus., dan Tira Nur Fitria, “Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Dalam Pandangan Islam”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* Vol 02 No 02 (Juli 2016),
<https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/download/47/46>.

Skripsi

Komarila. 2018. *Implementasi Nilai-Nilai Hukum Ekonomi Syariah Pada Multi Level Marketing Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) Cabang Palembang*. UIN Raden Fatah Palembang.

Krisdianti, Fitria. 2020. *Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Stokis Herbal Penawar Al-Wahida Indonesia (HPAI) Yanti Pulung Ponorogo*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo.

Shofarastuti, Latifah. 2019. *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Multi Level Marketing Syari'ah Halal Network International PT. Herba Penawar Al-Wahida Indonesia Di Cilacap*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.

Wahyuni, Dewi. 2021. *Sistem Multi Level Marketing Syariah Halal Network International PT. Herba Penawar Al-Wahida Indonesia Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pada Agen Stok Halal Mart Palopo)*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.

Website

Dewan Syariah Nasional- Majelis Ulama Indonesia, *Fatwa DSN MUI No: 75/DSN MUI/VII/ 2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)*, <https://dsnmu.or.id/>.

<https://hni.id/00184500/me>, Diakses pada tanggal 17 Juni 2021 pada pukul 10.45 WITA



SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS SYARIAH INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
NOMOR 76 TAHUN 2021

TENTANG
PENGANGKATAN TIM DOSEN PEMBIMBING DAN PENGUJI SEMINAR PROPOSAL, SEMINAR HASIL
DAN UJIAN MUNAQASYAH MAHASISWA FAKULTAS SYARIAH IAIN PALOPO TAHUN 2021

ATAS RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA
DEKAN FAKULTAS SYARIAH INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO,

- Menimbang : a. bahwa demi kelancaran proses pengujian seminar proposal, seminar hasil dan ujian munaqasyah bagi mahasiswa Program S1, maka dipandang perlu dibentuk Tim Dosen Pembimbing dan Penguji Seminar Proposal, Seminar Hasil dan Ujian Munaqasyah;
- b. bahwa untuk menjamin terlaksananya tugas Tim Dosen Pembimbing dan Penguji Seminar Proposal, Seminar Hasil dan Ujian Munaqasyah sebagaimana dimaksud dalam butir a di atas, maka perlu ditetapkan melalui Surat Keputusan Dekan.
- Mengingat : 1. Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
4. Peraturan Presiden RI Nomor 141 Tahun 2014 tentang Perubahan STAIN Palopo Menjadi IAIN Palopo;
5. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 5 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Palopo.

MEMUTUSKAN :

- Menetapkan : KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS SYARIAH IAIN PALOPO TENTANG PENGANGKATAN TIM DOSEN PEMBIMBING DAN PENGUJI SEMINAR PROPOSAL, SEMINAR HASIL DAN UJIAN MUNAQASYAH MAHASISWA PROGRAM STRATA SATU (S1) INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
- KESATU : Mengangkat mereka yang tersebut namanya pada lampiran Surat Keputusan ini sebagaimana yang tersebut pada alinea pertama huruf (a) di atas;
- KEDUA : Tugas Tim Dosen Pembimbing dan Penguji Seminar Proposal, Seminar Hasil dan Ujian Munaqasyah adalah : mengoreksi, mengarahkan, menilai/mengevaluasi dan menguji kompetensi dan kemampuan mahasiswa berdasarkan skripsi yang diajukan serta memberi dan menyampaikan hasil keputusan atas pelaksanaan ujian skripsi mahasiswa berdasarkan pertimbangan tingkat penguasaan dan kualitas penulisan karya ilmiah dalam bentuk skripsi;
- KETIGA : Segala biaya yang timbul sebagai akibat ditetapkannya Surat Keputusan ini dibebankan kepada DIPA IAIN Palopo Tahun 2021;
- KEEMPAT : Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkannya dan berakhir setelah kegiatan pengujian munaqasyah selesai, dan akan diadakan perbaikan seperlunya jika terdapat kekeliruan di dalamnya;
- KELIMA : Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Palopo
Pada Tanggal : 29 April 2021



DEKAN,
DR. MUSTAMING, S.AG., M.HI
NIP. 19680507 199903 1 004

LAMPIRAN : SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS SYARIAH IAIN PALOPO
NOMOR : 76 TAHUN 2021
TENTANG : PENGANGKATAN TIM DOSEN PEMBIMBING DAN PENGUJI SEMINAR PROPOSAL,
SEMINAR HASIL DAN UJIAN MUNAQASYAH MAHASISWA INSTITUT AGAMA ISLAM
NEGERI PALOPO

Nama Mahasiswa : Viastrid Bara' Tiku
NIM : 17 0303 0068
Fakultas : Syariah
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

I. Judul Skripsi : Penerapan Nilai-Nilai Hukum Ekonomi Syariah dalam Sistem
Multilevel Marketing Syariah Halal Network Internasional PT
Herba Penawar Al-Wahida Indoneisa (HNI-HPAI).

II. Tim Dosen Penguji :

1. Ketua Sidang : Dr. Mustaming, S.Ag., M.HI.
2. Sekretaris Sidang : Dr. Helmi Kamal, M.HI.
3. Penguji I : Dr. Rahmawati, S.Ag., M.Ag.
4. Penguji II : H. Mukhtaram Ayyubi, S.El., M.Si
5. Pembimbing I / Penguji : Dr. Abdain, S.Ag., M.HI.
6. Pembimbing II / Penguji : Irma T, S.Kom., M.Kom.

Palopo, 29 April 2021



DR. MUSTAMING, S.AG., M.HI
29680507 199903 1 004



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
FAKULTAS SYARIAH
HUKUM EKONOMI SYARIAH**

Jl. Agatis Kel. Balandai Kec. Bara Kota Palopo 91914 Telp (0471)-3207276
Email: fakultassyariah@iainpalopo.ac.id - Website : www.syariah.iainpalopo.ac.id

Nomor : 174/In.19/FASYA/HES/09/2021
Perihal : *Seminar Proposal*

Palopo, 20 September 2021

Yth :
1. Dr. Abdain, S.Ag., M.HI.
(*Pembimbing I*)
2. Irma T, S.Kom., M.Kom.
(*Pembimbing II*)

Di,
Palopo

Assalamu 'Alaikum wr. wb.

Dengan hormat,
Sehubungan dengan pelaksanaan Seminar Proposal Skripsi atas:

Nama : Viastrid Bara' Tiku
NIM : 17 0303 0068
Fak./ Prodi : Syariah/ Hukum Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Penerapan Nilai-Nilai Hukum Ekonomi Syariah dalam Sistem
Multilevel Marketing Syariah Halal Network Internasional PT Herba
Penawar Al-Wahida Indonesia (HNI-HPAI).

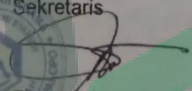
maka kami memohon kesediaan Bapak dan Ibu untuk hadir sebagai *Pembimbing/Penguji*
pada pelaksanaan Seminar Proposal Skripsi tersebut yang akan dilaksanakan pada:

Hari/ tanggal : Senin, 27 September 2021
Pukul : 08.30 - Selesai
Media : <https://meet.google.com/dnr-npnd-xkd>

Demikian undangan ini, atas perkenan Bapak dan Ibu, kami ucapkan banyak terima
kasih.

Wassalamu 'Alaikum wr. wb.

a.nKetua Prodi
Sekretaris


Fitriani Jamaluddin, S.H., M.H
NIP.19920416 201801 2 003

Tembusan:

1. Yth. Wakil Dekan I Fakultas Syariah IAIN Palopo
2. Pertinggal



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
FAKULTAS SYARIAH**

Jl. Agatis Kel. Balandai Kec. Bara Kota Palopo 91914 Telp (0471)-3207276
Email: fakultassyariah@iainpalopo.ac.id - Website : www.syariah.iainpalopo.ac.id

BERITA ACARA

Pada hari ini Senin tanggal dua puluh tujuh bulan September tahun dua ribu dua puluh satu telah dilaksanakan Seminar Proposal mahasiswa sebagai berikut :

Nama : Viasitrid Bara' Tikum
NIM : 17 0303 0068
Fakultas : Syariah
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Penerapan Nilai-Nilai Hukum Ekonomi Syariah dalam Sistem Multilevel Marketing Syariah Halal Network Internasional PT Herba Penawar Al-Wahida Indonesia (HNI-HPAI).

Dengan Pembimbing/Pengarah:

1. Nama : Dr. Abdain, S.Ag., M.HI.
(Pembimbing I)
2. Nama : Irma T, S.Kom., M.Kom.
(Pembimbing II)

Dengan hasil Seminar Proposal:

- Proposal ditolak dan seminar ulang
- Proposal diterima tanpa perbaikan
- Proposal diterima dengan perbaikan
- Proposal tambahan tanpa seminar ulang

Demikian Berita Acara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 27 September 2021

Pembimbing I

Dr. Abdain, S.Ag., M.HI
NIP 19710512 199903 1 002

Pembimbing II

Irma T, S.kom., M.Kom
NIP 19791208 200912 2 003

Mengetahui,
Ketua Prodi HES

Muh. Darwis, S.Ag., M.Ag
NIP 19701231 200901 1 049

HALAMAN PENGESAHAN PROPOSAL SKRIPSI


Proposal penelitian skripsi berjudul Penerapan Nilai-Nilai Hukum Ekonomi Syariah Dalam Sistem Multi Level Marketing Halal Network International PT. Herba Penawar Al-Wahida Indonesia yang diajukan oleh Viasitrid Bara'Tiku NIM 17 0303 0068, telah diseminarkan pada hari Senin tanggal 27 September 2021 dan telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan penguji, dinyatakan diterima untuk proses selanjutnya.

Pembimbing I



Dr. Abdain, S.Ag., M.HI.
Tanggal : 08 Oktober 2021

Pembimbing II



Irma T, S.Kom., M.Kom.
Tanggal : 08 Oktober 2021

Mengetahui
a.n. Dekan Fakultas Syariah
Wakil Dekan I Bidang Akademik dan Kelembagaan



Dr. Helmi Kamal, M.HI
NIP. 19700307 199703 2 001

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah menelaah dengan saksama penelitian skripsi berjudul: Penerapan Nilai-Nilai Hukum Ekonomi Syariah dalam Sistem Multi Level Marketing Halal Network International PT. Herba Penawar Al-Wahida Indonesia.

yang ditulis oleh :

Nama : Viasitrid Bara'Tiku

NIM : 17 0303 0068

Fakultas : Syariah

Program studi : Hukum Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa penelitian skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak untuk diajukan pada ujian/seminar hasil penelitian.

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

Pembimbing I



Dr. Abdain, S.Ag., M.HI.
Tanggal: 23 November 2021

Pembimbing II



Irma T, S.Kom., M.Kom.
Tanggal: 18 November 2021

Dr. Abdain, S.Ag., M.HI
Irma T, S.Kom., M.Kom

NOTA DINAS PEMBIMBING

Lamp. :-
Hal : Skripsi a.n. Viasitrid Bara'Tiku

Yth. Dekan Fakultas Syariah
Di
Palopo

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Viasitrid Bara'Tiku
NIM : 17 0303 0068
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Penerapan Nilai-Nilai Hukum Ekonomi Syariah
Dalam Sistem *Multi Level Marketing* Halal
Network International PT. Herba Penawar Al-
Wahida Indonesia

menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian/seminar hasil penelitian.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

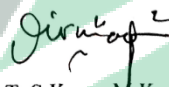
wassalamu 'alaikum wr. wb.

Pembimbing I



Dr. Abdain, S.Ag., M.HI
Tanggal :

Pembimbing II



Irma T, S.Kom., M.Kom
Tanggal :



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
FAKULTAS SYARIAH
PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH

Jl. Agatis Kel. Balandai Kec. Bara Kota Palopo 91914 Telp (0471)-3207276
Email: fakultassyariah@iainpalopo.ac.id - Website: www.syariah.iainpalopo.ac.id

Nomor : 254/In.19/FASYA/HES/11/2021
Lamp. : 1 (satu) Rangkap Skripsi
Perihal : Seminar Hasil

Palopo, 24 November 2021

Yth :

1. Dr. Rahmawati, S.Ag., M.Ag
(Penguji I)
2. H. Mukhtaram Ayyubi, S.EI., M.Si.
(Penguji II)
3. Dr. Abdain, S.Ag., M.HI.
(Pembimbing I)
4. Irma T, S.Kom., M.Kom
(Pembimbing II)

Di,
Palopo

Assalamu 'Alaikum wr. wb.

Dengan hormat,

Sehubungan dengan pelaksanaan Seminar Hasil Penelitian Skripsi atas:

Nama : Viasitrid Bara Tiku
NIM : 17 0303 0068
Fak./ Prodi : Syariah/ Hukum Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Penerapan Nilai-Nilai Hukum Ekonomi Syariah dalam Sistem Multi Level Marketing Halal Network Internasional PT Herba Penawar Al-Wahida Indonesia.


maka kami memohon kesediaan Bapak dan Ibu untuk hadir sebagai Pembimbing/Penguji pada pelaksanaan Seminar Hasil Penelitian Skripsi tersebut yang akan dilaksanakan pada:

Hari/ tanggal : Kamis, 02 Desember 2021
Pukul : 10.00 WITA - Selesai
Meeting Url : <https://meet.google.com/zqt-jvcz-qbr>

Demikian undangan ini, atas perkenan Bapak dan Ibu, kami ucapkan banyak terima kasih.

Wasalamu 'Alaikum wr. wb.

Ketua Prodi HES


Muh. Darwis, S.Ag., M.Ag
NIP 19701234200901 1 049

Tembusan

1. Yth. Wakil Dekan I Fakultas Syariah IAIN Palopo
2. Peringgal



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
FAKULTAS SYARIAH
PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH**


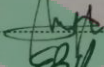

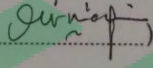
Jl. Agatis Kel. Balandai Kec. Bara Kota Palopo 91914 Telp (0471)-3207276
Email: fakultassyariah@iainpalopo.ac.id - Website : www.syariah.iainpalopo.ac.id

BERITA ACARA

Pada hari ini Kamis tanggal 02 Desember 2021 telah dilaksanakan Seminar Hasil Skripsi atas:

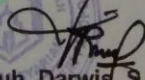
Nama : Viasitrid Bara'Tiku
NIM : 17 0303 0068
Fakultas : Syariah
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Penerapan Nilai-Nilai Hukum Ekonomi Syariah dalam Sistem Multi Level Marketing Halal Network Internasional PT Herba Penawar Al-Wahida Indonesia.

Dengan Penguji dan Pembimbing :

Penguji I	: Dr. Rahmawati, S.Ag., M.Ag.	()
Penguji II	: H. Mukhtaram Ayyubi, S.EI., M.Si.	()
Pembimbing I	: Dr. Abdain, S.Ag., M.HI.	()
Pembimbing II	: Irma T, S.Kom., M.Kom.	()

Demikian berita acara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 02 Desember 2021
Ketua Program Studi,


Muh. Darwis, S.Ag., M.Ag
NIP 19701231 200901 1 049

SEMINAR HASIL

Nama Mahasiswa : Viasitrid Bara Tiku
NIM : 17 0303 0068
Fakultas : Syariah
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Hari/ Tanggal Ujian : Kamis/02 Desember 2021
Judul Skripsi : Penerapan Nilai-Nilai Hukum Ekonomi Syariah dalam Sistem Multi Level Marketing Halal Network Internasional PT Herba Penawar Al-Wahida Indonesia.

Keputusan Sidang : 1. Lulus Tanpa Perbaikan
②. Lulus dengan Perbaikan
3. Tidak Lulus

Aspek Perbaikan : A. Materi Pokok
B. Metodologi Penelitian
C. Bahasa
D. Teknik Penulisan

Lain-lain : A. Jangka Waktu Perbaikan:

Palopo, 02 Desember 2021

Penguji I


Dr. Rahmawati, S.Ag., M.Ag
NIP 19730211 200003 2 003

Penguji II


H. Mukhtaram Ayyubi, S.EI., M.Si

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Skripsi berjudul Penerapan Nilai-Nilai Hukum Ekonomi Syariah dalam Sistem Multi Level Marketing Halal Network International PT Herba Penawar Al-Wahida Indonesia yang ditulis oleh Viasitrid Bara Tiku NIM 17 0303 0068, mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang telah diujikan dalam seminar hasil penelitian pada hari Kamis, tanggal 02 Desember 2021, telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan dinyatakan layak untuk diajukan pada sidang ujian *munaqasyah*.

TIM PENGUJI

1. Dr. Mustaming, S.Ag., M.HI ()
Ketua Sidang/Penguji Tanggal : 17 Februari 2022
2. Dr. Helmi Kamal, M.HI ()
Sekretaris Sidang/Penguji Tanggal : 08 Maret 2022
3. Dr. Rahmawati, S.Ag., M.Ag ()
Penguji I Tanggal : 10 Januari 2022
4. H. Mukhtaram Ayyubi, S.Ei., M.Si ()
Penguji II Tanggal : 07 Januari 2022
5. Dr. Abdain, S.Ag., M.HI ()
Pembimbing I/Penguji Tanggal : 17 Februari 2022
6. Irma T, S.Kom., M.Kom ()
Pembimbing II/Penguji Tanggal : 17 Februari 2022

Dr. Rahmawati, S.Ag., M.Ag
H. Mukhtaram Ayyubi, S.Ei., M.Si
Dr. Abdain, S.Ag., M.HI
Irma T, S.Kom., M.Kom

NOTA DINAS TIM PENGUJI

Lamp. :-
Hal : Skripsi a.n. Viastrid Bara Tiku

Yth. Dekan Fakultas Syariah
Di
Palopo


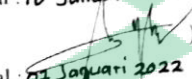

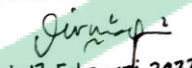
Assalamu 'alaikum wr. wb.

Setelah menelaah naskah perbaikan berdasarkan seminar hasil penelitian terdahulu, baik dari segi isi, bahasan maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Viastrid Bara Tiku
NIM : 17 0303 0068
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Penerapan Nilai-Nilai Hukum Ekonomi Syariah dalam Sistem Multi Level Marketing Halal Network International PT. Herba Penawar Al-Wahida Indonesia

maka naskah skripsi tersebut dinyatakan sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*.
Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

wassalamu 'alaikum wr. wb.

1. Dr. Rahmawati, S.Ag., M.Ag ()
Penguji I Tanggal : 10 Januari 2022
2. H. Mukhtaram Ayyubi, S.Ei., M.Si ()
Penguji II Tanggal : 07 Januari 2022
3. Dr. Abdain, S.Ag., M.HI ()
Pembimbing I Tanggal : 17 Februari 2022
4. Irma T, S.Kom., M.Kom ()
Pembimbing II Tanggal : 17 Februari 2022

**TIM VERIFIKASI NASKAH SKRIPSI
FAKULTAS SYARIAH IAIN PALOPO**

NOTA DINAS

Lamp. :
Hal : skripsi an. Viasitrid Bara'Tiku

Yth. Dekan Fakultas Syariah
Di
Palopo

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Tim Verifikasi Naskah Skripsi Fakultas Syariah IAIN Palopo setelah menelaah naskah skripsi sebagai berikut:

Nama : Viasitrid Bara'Tiku
NIM : 17 0303 0068
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Penerapan Nilai-Nilai Hukum Ekonomi Syariah dalam Sisitem *Multi Level Marketing* Halal Network International PT. Herba Penawar Al-Wahida Indonesia.



menyatakan bahwa penulisan naskah skripsi tersebut

1. Telah memenuhi ketentuan sebagaimana dalam Buku Pedoman Penulisan Skripsi, Tesis dan Artikel Ilmiah yang berlaku pada Fakultas Syariah IAIN Palopo.
2. Telah sesuai dengan kaidah tata bahasa sebagaimana diatur dalam Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'alaikum wr. wb.

Tim Verifikasi

1. Nama : Muh. Darwis, S.Ag.,M.Ag
Tanggal :
()
2. Nama : Fitriani Jamaluddin, S.H.,M.H
Tanggal : 02/03/2022
()



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PALOPOFAKULTAS SYARIAH
PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH

Jl. Agatis Kel. Balandai Kec. Bara Kota Palopo 91914 Telp (0471)-3207276
Email: fakultassyariah@iainpalopo.ac.id - Website : www.syariah.iainpalopo.ac.id

Nomor : 286/In.19/FASYAH/HES/12/2021
Lamp. : 1 (satu) Rangkap Skripsi
Perihal : *Ujian Munaqasyah*

Palopo, 21 Desember 2021

Yth :
1. Dr. Rahmawati, S.Ag., M.Ag
(Penguji I)
2. H. Mukhtaram Ayyubi, S.El., M.Si.
(Penguji II)
3. Dr. Abdain, S.Ag., M.HI.
(Pembimbing I)
4. Irma T, S.Kom., M.Kom
(Pembimbing II)
Di,
Palopo

Assalamu 'Alaikum wr. wb.

Dengan hormat,

Sehubungan dengan pelaksanaan Ujian Munaqasyah atas:

Nama : Viastrid Bara Tiku
NIM : 17 0303 0068
Fak./ Prodi : Syariah/ Hukum Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Penerapan Nilai-Nilai Hukum Ekonomi Syariah dalam Sistem Multi Level Marketing Halal Network Internasional PT Herba Penawar Al-Wahida Indonesia.

maka kami memohon kesediaan Bapak dan Ibu untuk hadir sebagai Pembimbing/Penguji pada pelaksanaan Ujian Munaqasyah tersebut yang akan dilaksanakan pada:

Hari/ tanggal : Selasa, 28 Desember 2021
Pukul : 08.30 WITA – Selesai
Meeting URL : <https://meet.google.com/cvd-zqdn-aaw>
Ruang : Prodi Hukum Ekonomi Syariah

Demikian undangan ini, atas perkenan Bapak dan Ibu, kami ucapkan banyak terima kasih.

Wassalamu 'Alaikum wr. wb.

Ketua Prodi HES

Muh. Darwis, S.Ag., M.Ag
NIP19701231 200901 1049

Tembusan:

1. Yth. Wakil Dekan I Fakultas Syariah IAIN Palopo
2. Peringgal




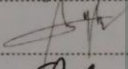

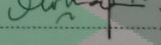
KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
FAKULTAS SYARIAH
PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
Jl. Agatis Kel. Balandai Kec. Bara Kota Palopo 91914 Telp (0471)-3207276
Email: fakultassyariah@iainpalopo.ac.id - Website : www.syariah.iainpalopo.ac.id

BERITA ACARA

Pada hari ini Selasa tanggal 28 Desember 2021 telah dilaksanakan Ujian Munaqasyah atas:

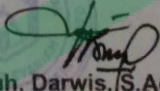
Nama : Viasitrid Bara'Tiku
NIM : 17 0303 0068
Fakultas : Syariah
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Penerapan Nilai-Nilai Hukum Ekonomi Syariah dalam Sistem Multi Level Marketing Halal Network Internasional PT Herba Penawar Al-Wahida Indonesia.

Dengan Penguji dan Pembimbing :

Penguji I	: Dr. Rahmawati, S.Ag., M.Ag.	()
Penguji II	: H. Mukhtaram Ayyubi, S.El., M.Si.	()
Pembimbing I	: Dr. Abdain, S.Ag., M.Hl.	()
Pembimbing II	: Irma T, S.Kom., M.Kom.	()

Demikian berita acara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 28 Desember 2021
Ketua Program Studi,

()
Muh. Darwis, S.Ag., M.Ag
NIP. 19701231200901 1 049

BERITA ACARA UJIAN MUNAQASYAH

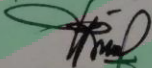
Pada Hari ini Tanggal 28 Desember 2021 telah diadakan Ujian Munaqasyah, atas nama **Viastrid Bara'Tiku, NIM 17 0303 0068** dengan **Judul Skripsi** "Penerapan Nilai-Nilai Hukum Ekonomi Syariah dalam Sistem Multi Level Marketing Halal Network Internasional PT Herba Penawar Al-Wahida Indonesia."
Dinyatakan telah **LULUS UJIAN** dengan **NILAI.....** masa Studi Selama **4 Tahun 3 Bulan 25 Hari**, merupakan lulusan Prodi HES **Ke- 81** dan berhak menyandang gelar **Sarjana Hukum**, dengan **IPK**

- | | | |
|-------------------------------------|------|---------------------------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | 3.60 | (Nilai Skrip A+ (Nilai Ujian 95-100)) |
| <input type="checkbox"/> | 3.59 | (Nilai Skrip A (Nilai Ujian 90-94)) |
| <input type="checkbox"/> | 3.58 | (Nilai Skrip A- (Nilai Ujian 85-89)) |
| <input type="checkbox"/> | 3.57 | (Nilai Skrip B+ (Nilai Ujian 80-84)) |
| <input type="checkbox"/> | 3.57 | (Nilai Skrip B (Nilai Ujian 75-79)) |

Predikat

- | | | |
|-------------------------------------|------------------|-----------------|
| <input type="checkbox"/> | Dengan Pujian | (IPK 3.5-4.00) |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Sangat Memuaskan | (IPK 3.01-3.49) |
| <input type="checkbox"/> | Memuaskan | (IPK 2,76-3,00) |
| <input type="checkbox"/> | Cukup | (IPK , ≤ 2,75) |

Pimpinan Sidang,


Muh. Darwis, S.Ag., M.Ag
NIP 19701231 200901 1 049

PENILAIAN UJIAN MUNAQASYAH

Nama Mahasiswa : Viasitrid Bara'Tiku
NIM : 17 0303 0068
Fakultas : Syariah
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Hari/ Tanggal Ujian : Selasa/28 Desember 2021
Judul Skripsi : Penerapan Nilai-Nilai Hukum Ekonomi Syariah dalam Sistem Multi Level Marketing Halal Network Internasional PT Herba Penawar Al-Wahida Indonesia.

NO	ASPEK PENILAIAN	NILAI
A. NILAI TULISAN		
1	Pemilihan dan Perumusan Masalah Serta Relevansi Kerangka Teoritik dan Hipotesis (kalau ada) dengan Permasalahan	
2	Ketepatan Aspek Metodologi	
3	Kualitas Sumber Data dan Bahan Hukum	
4	Kemampuan Menganalisis dan Menjelaskan	
5	Kedalaman pembahasan dan ketepatan serta kecermatan pengambilan kesimpulan dan saran	
6	Tata tulisan	
Jumlah Nilai A:		
B. NILAI LISAN		
1	Kemampuan mengemukakan dan menguraikan pemikiran/pendapat	
2	Ketepatan dan relevansi jawaban	
3	Penguasaan Materi skripsi	
4	Penampilan (sikap, emosi dan kesopanan)	
Jumlah Nilai B:		95

Penguji I

Dr. Rahmawati, S.Ag., M.Ag
NIP 19730211 200003 2 003

Palopo, 28 Desember 2021
Penguji II

H. Mukhtaram Ayyubi, S.EI., M.Si

Catatan: Nilai Maksimal 100

CATATAN HASIL UJIAN MUNAQASYAH

Nama Mahasiswa : Viasrid Bara'Tiku
NIM : 17 0303 0068
Fakultas : Syariah
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Hari/ Tanggal Ujian : Selasa/28 Desember 2021
Judul Skripsi : Penerapan Nilai-Nilai Hukum Ekonomi Syariah dalam Sistem Multi Level Marketing Halal Network Internasional PT Herba Penawar Al-Wahida Indonesia.

Keputusan Sidang : 1. Lulus tanpa Perbaikan
② Lulus dengan Perbaikan
3. Tidak Lulus

Aspek Perbaikan : (A) Materi Pokok
(B) Metodologi Penelitian
(C) Bahasa
D. Teknik Penulisan

Lain-lain : A. Jangka Waktu Perbaikan:

Palopo, 28 Desember 2021

Penguji I

Dr. Rahmawati, S.Ag., M.Ag
NIP 19730211 200003 2 003

Penguji II

H. Mukhtaram Ayyubi, S.El., M.Si

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Viasitrid Bara'Tiku, lahir pada tanggal 05 Juni 1999, di Sumarambu Kota Palopo Provinsi Sulawesi Selatan. Penulis merupakan anak ke-7 dari 7 Bersaudara dari pasangan Ibu Matta dan Bapak Suani. Pendidikan pertama penulis di SDN 376 Sumarambu 2005 dan tamat pada tahun 2011, dan melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 12 Palopo tahun 2011 dan tamat pada tahun 2014, lalu penulis melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 2 Palopo tahun 2014, penulis aktif dalam organisasi Rohis dan tamat pada tahun 2017. Pada tahun 2017 penulis terdaftar sebagai Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, Fakultas Syariah, Program Studi (Prodi) Hukum Ekonomi Syariah.

E-mail : viasitrid99@gmail.com