

**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*

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Hukum (SH) pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah  
Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Palopo*



**DEWI WAHYUNI**

17 0303 0096

**IAIN PALOPO**

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

*Skripsi*

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Hukum (SH) pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah  
Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Palopo*



**Pembimbing:**

- 1. Dr. Abdain, S.Ag., M.HI**
- 2. H. Mukhtaram Ayyubi, S.Ei., M.Si**

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

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Dewi Wahyuni

NIM : 17 0303 0096

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, 05 Mei 2021

Yang membuat pernyataan,



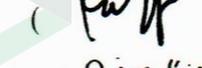
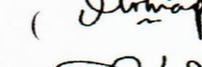
DEWI WAHYUNI  
NIM. 17 0303 0096

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul 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) yang ditulis oleh Dewi Wahyuni NIM 17 0303 0096, mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari senin, tanggal 03 Mei 2021 bertepatan dengan 21 Ramadan 1442 H telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Hukum (SH).

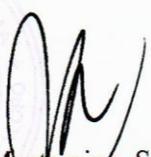
Palopo, 5 Mei 2021

### 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. Irma T, S.Kom., M.Kom            | Penguji II        | (  ) |
| 5. Dr. Abdain, S.Ag., M.HI          | Pembimbing I      | (  ) |
| 6. H. Mukhtaram Ayyubi, S.Ei., M.Si | Pembimbing II     | (  ) |

### Mengetahui :

a.n. 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 عَلَيَّ أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَلُمُرْسَلِينَ وَعَلَيَّ إِلَهِي

وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ، اللَّهُمَّ صَلِّ عَلَيَّ مُحَمَّدًا وَعَلَيَّ إِلَهِي مُحَمَّدًا.

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah Swt., yang telah menganugerahkan Rahmat dan Hidayah serta kekuatan lahir batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini 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)” setelah melalui proses yang panjang.

Shalawat dan salam senantiasa diucapkan kepada Nabiullah Muhammad Saw., kepada keluarga, para sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan guna memperoleh gelar Sarjana Hukum dalam bidang Hukum Ekonomi Syariah pada Institut Agama Islam Negeri Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan, serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tidak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan, kepada :

1. Prof. Dr. Abdul Pirol, M.Ag. Selaku Rektor IAIN Palopo, beserta Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan Dr. H. Muammar Arafat, 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.

2. Dr. Mustaming,S.Ag.,M.HI, selaku Dekan Fakultas Syariah IAIN Palopo beserta Wakil Dekan Bidang Akademik Dr. Helmi Kamal,M.HI, Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan Dr. Abdain,S.Ag.,M.HI dan Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Dr. Rahmawati, M.Ag. Fakultas Syariah IAIN Palopo.
3. Dr. Darwis, S.Ag.,M.Ag, selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah IAIN Palopo, Fitriani Jamaluddin, S.H.,M.H selaku sekretaris Prodi yang membantu dan mengarahkan dalam penyelesaian skripsi.
4. Dr. Abdain, S.Ag.,M.HI dan H. Mukhtaram Ayyubi, S.Ei.,M.Si, selaku Dosen Pembimbing I dan Dosen Pembimbing II yang telah memberikan banyak arahan dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
5. Dr. Rahmawati, S.Ag.,M.Ag dan Irma T, S.Kom.,M.Kom selaku Dosen Penguji I dan Dosen Penguji II yang telah banyak memberikan arahan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Fachrulrasyid,S.H.,M.H selaku Dosen Penasehat Akademik yang telah memberikan arahan-arahan akademik kepada penulis.
7. Seluruh Dosen dan Staf pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.

8. Madehang, S.Ag.,M.Pd selaku Kepala Unit Perpustakaan, beserta Karyawan/i dalam ruang lingkup IAIN Palopo yang telah banyak membantu, khususnya dalam mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.
9. Seluruh jajaran Agen terutama Agen Stok Halal Mart Kota Pelopo yang telah memberikan izin dan bantuan dalam melakukan penelitian ini.
10. Terkhusus kepada kedua Orang Tua Kandung penulis yang tercinta Bapak dan Mama yang telah mengasuh dan mendidik penulis dengan penuh ketegaran sehingga penulis dapat sekuat sekarang ini. Teruntuk Ayah dan Ibu yang hadir memberi warna baru dalam keluarga penulis, Adik-adikku tersayang, Kakek Nenek dan seluruh keluarga yang telah mendo'akan penulis.
11. Kepada Murobbi Kak Novi dan Kak Yusriah yang telah memberikan banyak ilmu baru yang semakin mendekatkan penulis kepada Allah Swt., kepada Ukhtifillah Liqo'at Az-Zahra yang telah memberikan persaudaraan yang hangat, dan seluruh Kader KAMMI IAIN Palopo yang senantiasa berjalan bersama menggapai Surga Allah Swt., karena kalian penulis masih memiliki semangat menyelesaikan studi sampai akhir.
12. “Pada Idi’ Sikamase-Mase” saudari-saudari cantik yang saling memberi semangat satu sama lain terutama dalam penyelesaian skripsi ini dan seluruh teman-teman HES C angkatan 2017 yang sama-sama berjuang dalam penyelesaian studi.

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB - LATIN DAN SINGKATAN

### 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	Ḍẓa	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
اِي	<i>Fathah dan ya</i>	Ai	A dan I
اُو	<i>Fathah dan wau</i>	Au	A dan U

Contoh:

كَيْفَ : *kaiifa*

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...   اُ...	<i>Fathah dan Alif</i> atau <i>ya</i>	ā	A dengan garis di atas
اِي	<i>Kasrah dan ya</i>	ī	I dan garis di atas

وُ	<i>Ḍammah dan 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 : *mâta*

رَمِيَ : *ramâ*

يَمُوتُ : *yamûtu*

#### 4. *Ta marbūṭah*

Transliterasi untuk *ta marbūṭah* ada dua, yaitu: *ta marbūṭah* yang hidup atau mendapat harkat *Fathah*, *Kasrah* dan *Ḍammah* transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *ta marbūṭah* yang mati atau mendapat harkat 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 ditransliterasikan dengan 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 di beri tanda *syaddah*.

Contoh :

رَبَّنَا : *rabbānā*

نَجِّنَا : *najjānā*

الْحَقُّ : *al-ḥaqq*

الْحَجُّ : *al-ḥajj*

نُعَمُّ : *nu`ima*

عُدُّوْ : *aduwwun*

Jika huruf *ى* ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan di dahului 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. *Laḥẓ 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 *Laḥẓ al-Jalālah* ditransliterasikan dengan huruf [t].

Contoh :

هُمُومِنِ رَحْمَةِ اللَّهِ *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 lallaḏī bi Bakkata mubārakan*

*Ṣyahrū Ramaḏān al-laḏī unẓila fih al-Qur'ān*

Naṣīr al-Dīn al-Ṭūsī

Abū Naṣīr al-Farābī

Al-Gazālī

Al-munqiz min al-Ḍalāl

## **B. Daftar Singkatan**

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

Swt., = *Subhanahu Wata'ala*

Saw., = *Sallallahu 'Alaihi Wasallam*

H = Hijrah

M = Masehi

SM = Sebelum Masehi

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

W = Wafat tahun

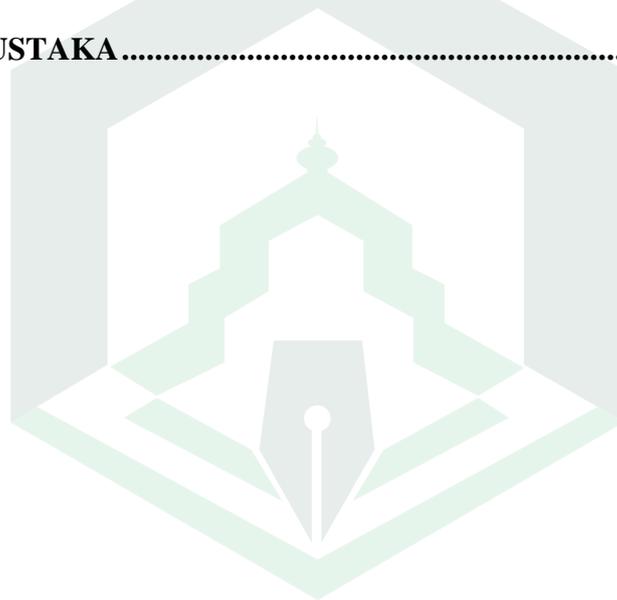
QS = *Qur'an, Surah*

HR = Hadis Riwayat

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG.....	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 HADIS.....	xviii
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN .....	xxi
DAFTAR ISTILAH .....	xxii
ABSTRAK .....	xxiii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat penelitian.....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
A. Penelitian Terdahulu yang relevan.....	8
B. Deskripsi Teori.....	11
1. Pengertian <i>Multi Level Marketing</i> .....	11
2. Sejarah <i>Multi Level Marketing</i> .....	12
3. Tujuan <i>Multi Level Marketing</i> .....	13
4. Macam – Macam Sistem <i>Multi Level Marketing</i> .....	14
5. Cara Kerja <i>Multi Level Marketing</i> .....	16
6. Fatwa DSN MUI NO. 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) terhadap MLM Syariah. ....	19
7. <i>Multi Level Marketing</i> Syariah.....	20
8. Perbedaan MLM Syariah dengan MLM Konvensional .....	22
C. Kerangka Pikir .....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>24</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	24
B. Subjek dan Objek Penelitian.....	25
C. Definisi Istilah.....	25
D. Desain Penelitian.....	26
E. Data dan Sumber Data.....	27
F. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian .....	28

G. Pemeriksaan Keabsahan Data.....	29
H. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	30
<b>BAB IV DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA .....</b>	<b>31</b>
A. Deskripsi Data.....	31
B. Sistem Regulasi Pemasaran <i>Multi Level Marketing</i> HNI.....	42
C. Sistem regulasi Pemasaran HNI HPAI Agen Stok Kota Palopo .....	52
D. Analisis Pemasaran dengan sistem <i>Multi Level Marketing</i> pada HNI PT. HPAI Agen Stok Kota Palopo berdasarkan Hukum Ekonomi Syariah.....	62
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>72</b>
A. Kesimpulan .....	72
B. Saran .....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>75</b>



**IAIN PALOPO**

## DAFTAR AYAT

Kutipan Ayat 1 QS Al-A'raf/7: 10 .....	1
Kutipan Ayat 2 QS Al-Jumu'ah/62: 10 .....	1
Kutipan Ayat 3 QS Al-Maidah/5: 2.....	5
Kutipan Ayat 4 QS Al-Baqarah/2: 275 .....	62
Kutipan Ayat 5 QS An-Nisa'/4: 29 .....	65



**IAIN PALOPO**

## DAFTAR HADIS

Hadis 1 tentang penipuan .....	67
Hadis 2 tentang Silaturahmi .....	68
Hadis 3 tentang pemberian Upah .....	70



**IAIN PALOPO**

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 <i>Herbs Products</i> .....	35
Tabel 4. 2 <i>Health Food and Beverages</i> .....	36
Tabel 4. 3 <i>Cosmetics and Home Care</i> .....	36
Tabel 4. 4 <i>Fashion and Lifestyle</i> .....	37
Tabel 4. 5 Simulasi Bonus <i>Cash Back Manager</i> .....	51
Tabel 4. 6 Simulasi Contoh Royalti Stabilitas Belanja.....	51
Tabel 4.7 Tidak Adanya Unsur Iming-Iming.....	58
Tabel 4. 8 Tidak Sulit untuk Agen Mempertahankan Mitra .....	58
Tabel 4. 9 Harga Pendaftaran Calon Agen HNI Murah.....	59
Tabel 4. 10 Harga Beli Produk HNI Terjangkau.....	59
Tabel 4. 11 Promosi Produk HNI Sudah Efektif.....	60
Tabel 4. 12 Kualitas Produk HNI Sangat Baik .....	60
Tabel 4. 13 Mudah Meraih Keuntungan di HNI .....	60
Tabel 4. 14 Hasil Kerja Sebanding dengan Bonus .....	61
Tabel 4. 15 Tidak Terdapat Bonus Pasif pada Agen Stok Palopo.....	61
Tabel 4. 16 Tidak Terdapat Gharar pada Transaksi Produk Agen Stok Palopo ...	62



**IAIN PALOPO**

## DAFTAR GAMBAR

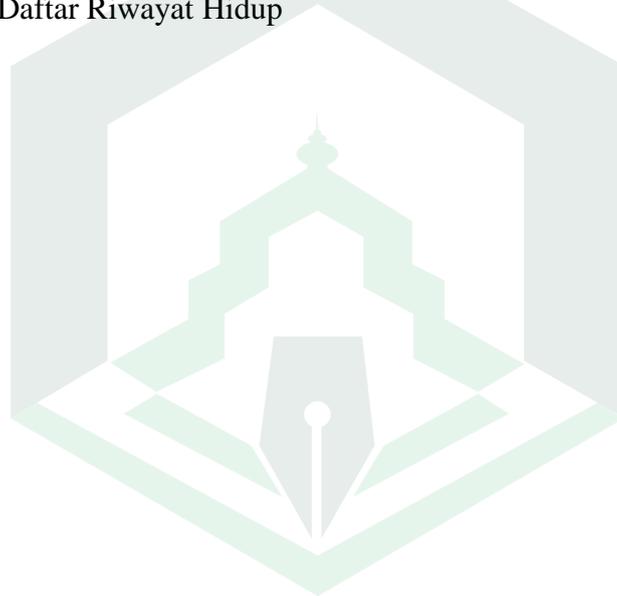
Gambar 2. 1 Sistem <i>Binary Plan</i> .....	14
Gambar 2. 2 Sistem <i>Matrix</i> .....	15
Gambar 2. 3 Sistem <i>Break Away</i> .....	16
Gambar 4. 1 Pangkat <i>Manager</i> .....	37
Gambar 4. 2 Pangkat <i>Senior Manager</i> .....	38
Gambar 4. 3 Pangkat <i>Executive Manager</i> .....	38
Gambar 4. 4 Pangkat <i>Director</i> .....	38
Gambar 4. 5 Pangkat <i>Senior Director</i> .....	38
Gambar 4. 6 Pangkat <i>Executive Director</i> .....	39
Gambar 4. 7 Skema Home Sharing Bisnis HNI .....	45
Gambar 4. 8 Point diinput menjadi Bonus Uang .....	49
Gambar 4. 9 Formula Nilai Konversi Point Value HNI .....	50



**IAIN PALOPO**

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Kuesioner
- Lampiran 2 Halaman Persetujuan Pembimbing
- Lampiran 3 Halaman Pengesahan Proposal
- Lampiran 4 Nota Dinas Pembimbing
- Lampiran 5 Berita Acara Seminar Proposal
- Lampiran 6 Halaman Persetujuan Penguji
- Lampiran 7 Nota Dinas Tim Penguji
- Lampiran 8 Berita Acara seminar Hasil
- Lampiran 9 Berita Acara Ujian Munaqasyah
- Lampiran 10 Surat Keputusan Dekan Fakultas Syariah IAIN Palopo
- Lampiran 11 Tim Verifikasi Naskah Skripsi
- Lampiran 12 Daftar Riwayat Hidup



**IAIN PALOPO**

## DAFTAR ISTILAH

AVO	: <i>Agent Virtual Office</i>
BGP	: Bonus Generasi Pangkat
Bonus Agen stok	: Bonus yang diperoleh dari penjualan Agen stok kepada struktur niaga yang paling rendah dengan rumus poin jualan dikalikan prosentase.
BPG	: Bonus Prestasi Group adalah persen (%) level kepangkatan dikali total poin group (tidak termasuk poin pribadi) dikurangi BPG dari Mitra yang aktif. Syarat mendapatkan BPG adalah target prestasi pribadi lebih dari atau sama dengan 100 poin.
BPP	: Bonus Prestasi Pribadi adalah bonus atas poin TP pribadi Agen dikalikan prosentasi sesuai pangkatnya
CED	: <i>Crown Executive Director</i>
D	: <i>Director</i>
DED	: <i>Diamond Executive Director</i>
ED	: <i>Executive Director</i>
EM	: <i>Executive manager</i>
GED	: <i>Gold Executive Director</i>
HNI HPAI	: Halal Network International Herba Penawar Al-Wahida Indonesia
LED	: <i>Loyal Executive Director</i> adalah Agen dengan prestasi dan kualifikasi tertentu yang ditetapkan perusahaan dalam periode tertentu (sesuai SK Direksi).
M	: <i>Manager</i>
MLM	: <i>Multi Level Marketing</i>
PVM	: <i>Point Value Merchant</i> (PV belanja dari HNI.ID)
RKJ	: Royalti Kemajuan Jaringan
RKT	: Royalti Komitmen Tahun adalah bonus bagi para LED HNI yang senantiasa terus meningkatkan prestasinya juga menjaga loyalitasnya dalam setiap tahunnya
Royalti LED	: Royalti yang diberikan kepada LED sebesar 5% daripada point International HNI secara porposional berdasarkan perolehan poin.
SEP	: Royalti <i>Sappire, Emerald and Platinum</i> adalah bonus yang diberikan kepada LED bergelar Sappire, Emerald dan Platinum dengan masing-masing 1%, 1,8% dan 2,5% dari omset poin HNI Internasional dengan mekanisme perhitungan.
SD	: <i>Senior Director</i>
SM	: <i>Senior Manager</i>
TP	: Target Prestasi

## ABSTRAK

**Dewi Wahyuni, 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)*”. Skripsi Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Abdain dan Mukhtaram Ayyubi.

Skripsi ini membahas tentang 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). Penelitian ini bertujuan: Untuk mengetahui Regulasi Pemasaran MLM Syariah HNI HPAI pusat (perusahaan); Untuk mengetahui Regulasi Pemasaran MLM Syariah HNI HPAI yang ada di Kota Palopo; Untuk mengetahui pandangan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Regulasi Pemasaran MLM Syariah HNI HPAI yang di praktikkan di Kota Palopo telah sesuai Syariah atau belum.

Jenis penelitian yang digunakan merupakan deskriptif kualitatif dengan metode pendekatan normatif, sosial dan yuridis. Subjek dan objek penelitian yaitu Agen Stok Halal Mart yang ada di Kota Palopo, untuk instrument pengumpulan datanya menggunakan Observasi, Kuesioner dan dokumentasi. Selain dari data primer, data juga didapatkan dari data sekunder yang kemudian diolah dengan teknik *editing*, *coding* dan *organizing* serta di analisis dengan teknik induktif, deduktif dan deskriptif analitik. Pemeriksaan keabsahan datanya menggunakan triangulasi dan bahan referensial yang cukup.

Hasil penelitian skripsi ini menunjukkan bahwa: *Pertama*, Regulasi Pemasaran produk HNI HPAI Pusat memiliki sistem perekrutan, pendistribusian produk, pembinaan Agen dan pembagian keuntungan. *Kedua*, secara keseluruhan sistem MLM Syariah HNI HPAI yang ada di Kota Palopo telah dijalankan sesuai dengan regulasi yang ditetapkan oleh Perusahaan. *Ketiga*, sistem MLM Syariah HNI HPAI Agen Stok palopo menurut pandangan Hukum Ekonomi Syariah telah sesuai dengan Syariah Islam karena dalam praktiknya terdapat akad *Wakalah bil Ujah* yakni diperbolehkannya memberikan imbalan langsung kepada Agen sebagai wakil atas promosi dan penjualan produk, akad *Al-Ju'alah* yakni diperbolehkannya pemberian bonus kepada Agen atas prestasi dan target yang telah dicapainya, tidak ada unsur penipuan atas barang, tidak memakan harta orang lain dengan jalan yang batil dan jual beli produk seperti ini dalam Kaidah Fiqh adalah mubah selama belum ada dalil yang melarangnya.

**Kata Kunci :** MLM Syariah, HNI HPAI, Agen Stok, Hukum Ekonomi Syariah

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Zaman terus berubah, kehidupan masyarakatpun akan terus berkembang. Masyarakat tidak akan mengalami kemajuan ekonomi dalam menghadapi era globalisasi jika masyarakat tidak mampu berkecimpung dalam perekonomian.<sup>1</sup> Saat terjun ke dalam perekonomian, masyarakat dituntut untuk memanfaatkan sumber-sumber ekonomi dengan baik. Allah Swt., telah menyediakan bagi kita umat manusia beranekaragam sumber penghidupan di bumi, tinggal kita pandai-pandai dalam mencarinya, seperti firman Allah Swt., dalam Qur'an surah Al-A'raf Ayat 10:

وَلَقَدْ مَكَّنَّاكُمْ فِي الْأَرْضِ وَجَعَلْنَا لَكُمْ فِيهَا مَعَايِشَ ۗ

Terjemahnya:

*“Dan sungguh, Kami telah menempatkan kamu di bumi dan di sana Kami sediakan (sumber) penghidupan untukmu.”<sup>2</sup>*

Kemudian dalam Qur'an surah Al-Jumu'ah Ayat 10 :

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Terjemahnya :

*“Apabila salat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumicarilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung.”<sup>3</sup>*

---

<sup>1</sup>Abdain,” Peran Sistem Ekonomi Islam Dalam Menanggulangi Tingkat Kesenjangan Sosial,” *Jurnal Muamalah* Vol. IV, No 2 (Agustus 2014): 15, <https://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/muamalah/article/download/656/501> Diakses pada 10 Oktober 2020 pukul 13.20 WITA.

<sup>2</sup>Kementerian Agama RI, *Al-Fattah Al-Qur'an 20 Baris Terjemah (Terjemah Dua Muka)*, (Bandung: CV Mikraj Khazanah Ilmu, 2011), 77.

<sup>3</sup>Kementerian Agama RI, *Al-Fattah Al-Qur'an 20 Baris Terjemah (Terjemah Dua Muka)*, (Bandung: CV Mikraj Khazanah Ilmu, 2011), 279.

Usaha menjadi jalan bagi umat manusia untuk meraih rezekinya, rezeki tidak pula datang dengan sendirinya, maka itu manusia membutuhkan keahlian dibidangnya masing-masing. Perbedaan keahlian yang dimiliki masyarakat mampu membuat pendapatan mereka bervariasi,<sup>4</sup> bahkan jika tidak memiliki keahlian, masyarakat akan kesulitan untuk meraut pendapatan.

Ada beberapa sistem yang dikembangkan oleh orang-orang dalam menjalankan ekonominya, diantaranya sistem kapitalis dan sistem sosialis. Perlu diketahui dari sistem kapitalis bahwa sistem kapitalis ini memiliki modal atau kapital secara personal, dimana laba yang dihasilkan akan semakin banyak sebagai akibat dari menumpukkan modal yang dimiliki secara personal.<sup>5</sup> Jadi, dalam sistem ini yang menjadi hal utama yaitu mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya atas modal yang dimiliki secara personal.

Bertolak dengan sistem ekonomi kapitalis, sistem ekonomi sosialis memiliki prinsip menolak kepemilikan personal dan hanya menginginkan pemerataan pendapatan.<sup>6</sup> Sistem sosialis ini yang berkuasa penuh yaitu pusat (pemerintah) tanpa ada campur tangan personal dalam artian tidak ada kepemilikan personal didalamnya. Sedangkan sistem ekonomi islam dipengaruhi atau dibatasi oleh ajaran-ajaran Islam dalam pedoman kerjanya, misalnya mengatur perihal boleh dan tidak bolehnya suatu perdagangan dilakukan. Dalam

---

<sup>4</sup>Muhammad, *Aspek Hukum dan Muamalat*, Edisi Pertama (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 74.

<sup>5</sup>Teuku Redha Vahlevi, *Ekonomi dalam Kulit Kacang*, Edisi Pertama (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2019), 26-27.

<sup>6</sup>Yasardin, *Asas Kebebasan Berkontrak Syariah*, Edisi Pertama (Jakarta: Kencana, 2018), 50.

menjalankan sistem ekonominya mengacu pada Al-Qur'an dan Sunnah.<sup>7</sup>

Salah satu kegiatan ekonomi yang dapat dilakukan masyarakat untuk menyanggah biaya hidup yaitu berbisnis, dari banyak pilihan bisnis yang ada, bisnis yang paling banyak diminati oleh masyarakat di Indonesia ialah *Multi Level Marketing* (MLM). *Multi Level Marketing* merupakan pemasaran produk atau jasa suatu perusahaan yang merekrut banyak orang dengan adanya tingkatan-tingkatan posisi atau jabatan didalamnya.<sup>8</sup>

MLM juga membentuk jaringan kerja, dimana banyak orang-orang yang akan terkumpul untuk melakukan pemasaran, jaringan kerja ini disebut sebagai *Network Marketing*. Selain itu, MLM juga disebut sebagai bisnis penjualan langsung atau *direct selling*. Hal ini dikarenakan pemasaran atau penjualan produknya secara langsung tanpa melalui perantara kepada konsumen.<sup>9</sup>

Bisnis MLM sudah sangat berkembang pesat saat ini. Banyak perusahaan-perusahaan yang bekerja dengan menerapkan sistem MLM. Untuk bergabung menjadi member atau Agen, harga yang ditawarkan bervariasi berdasarkan ketetapan dari masing-masing perusahaan. Paket member yang ditawarkan ada yang puluhan ribu sampai ratusan ribu rupiah. Paket yang murah dan mahal tentu memiliki *reward* masing-masing. Lantaran bukan hanya modal yang digunakan untuk menjadi member bervariasi dengan *reward* yang menarik, cara kerja yang mudah sampai keuntungan yang didapatkan sangat banyak, sehingga banyak yang

---

<sup>7</sup>Siah Khosyi'ah, *Fiqh Muamalah Perbandingan*, Edisi Pertama (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014), 258.

<sup>8</sup>Firman Wahyudi, "Multi Level Marketing dalam Kajian Fiqh Muamalah", *Jurnal Muamalah* Vol.13, No.2 (Juli-Desember 2014):164, <http://202.52.52.22/index.php/JES/article/viewFile/2693/3380> Diakses pada 13 Oktober 2020 pukul 21.47 WITA.

<sup>9</sup>Gemala Dewi, Wirnyaningsih, dan Yeni Salma Barlinti, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, Edisi pertama (Jakarta: Kencana, 2006), 182.

tertarik untuk bergabung dengan penjualan berjenjang ini. Namun, ada pula yang berpandangan bahwa sistem MLM memiliki sistem kerja yang tidak sesuai dengan ajaran Agama Islam, perbuatan curangpun sering disematkan dalam sistem ini sehingga hukum menggunakan sistem ini masih dipertanyakan, apakah diperbolehkan atau tidak.

MLM non Syariah sendiri masuk dan berkembang di Indonesia sejak tahun 1986,<sup>10</sup> MLM non Syariah banyak tersebar di Indonesia namun hanya ada beberapa MLM yang berstandar Syariah. PT. Halal Network International Herba Penawar Al Wahida atau disingkat HNI-HPAI merupakan salah satu perusahaan Herba dengan menggunakan sistem MLM Syariah.

HNI adalah bisnis Network Marketing Syariah milik Muslim yang berasal dari Indonesia dan kini telah berkembang ke beberapa Negara ASEAN dan Asia.<sup>11</sup> HNI memiliki dua jaminan kehalalan yaitu halal produk, dimana seluruh produk HNI memiliki sertifikasi jaminan halal dari MUI dan halal sistem, yaitu pembagian komisi telah mendapatkan kelulusan Sertifikasi dari DSN-MUI Pusat, sebagai perusahaan sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah Islam.<sup>12</sup>

MLM memungkinkan biaya pendistribusian dari produk-produk yang dipasarkan sangat murah bahkan sampai tidak memiliki biaya distribusi sama sekali. MLM juga meniadakan biaya promosi dari produk yang akan dijual karena distribusi dan promosi dilakukan langsung oleh distributor dengan sistem

---

<sup>10</sup>Agus Marimin Abdul Haris Romdhoni dan Tira Nur Fitria, "Bisnis Multi Level Marketing (MLM) dalam Pandangan Islam", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* Vol.02, No.02( Juli 2016): 107, <https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/download/47/46> Diakses pada 17 Oktober 2020 pukul 14.40 WITA.

<sup>11</sup>Zulchaidir B.Firly Ramly, *The Master Book To Be The Best Market Leader*, Edisi keempat (Fighter Publishing: Bekasi, 2018),31.

<sup>12</sup>Zulchaidir B.Firly Ramly, *The Master Book To Be The Best Market Leader*,108.

bertingkat (berjenjang).

Seorang distributor di dalam MLM ini menjual barang yang bukan miliknya sehingga, di dalam MLM terdapat unsur jasa. Pendistributor akan mendapatkan bonus dari presentase harga barang yang berhasil ia jual.<sup>13</sup> Setiap produk yang dijual HNI masing-masing memiliki *point*, *point* itulah yang akan menjadi bonus dari penjualan produk tersebut. Semakin banyak produk yang dijual oleh mitra maka, semakin banyak *point* yang akan didapatkan.

Sistem operasional dari MLM yaitu seorang distributor akan merekrut atau mencari orang lain untuk dijadikan juga sebagai distributor. Setelah itu, orang yang direkrut tadi juga dapat mencari orang lain untuk direkrut bergabung dalam bisnis MLM tersebut dan tidak ada batasan sampai berapa banyak, semakin banyak maka akan semakin baik.<sup>14</sup>

Semua member atau anggota di dalam bisnis ini menganggap semuanya sebagai mitra kerja yang dapat saling membantu. Masing-masing anggota akan memasarkan produknya lalu kemudian mendapatkan bonus dari produk yang terjual, tidak lupa pula juga mengajak orang lain untuk bergabung sebagai produk jasanya. Dengan adanya MLM ini, setiap anggota akan saling tolong-menolong satu sama lain. Allah Swt., berfirman dalam Qur'an Surat Al-Ma'idah ayat 2 :

...وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَتَقُوا اللَّهَ ۗ إِنَّ  
 اللَّهُ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Terjemahnya :

<sup>13</sup>Ahmad Mardalis dan Nur Hasanah, "Multi-Level Marketing (MLM) Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Ekonomi Syariah* Vol.1, No.1, (Februari 2016):31, <http://ejournal.Umm.ac.id/index.php/JES/article/download/2693/3380> Diakses pada 17 Oktober 2020 pukul 17.00 WITA.

<sup>14</sup>Ahmad Mardalis dan Nur Hasanah, "Multi-Level Marketing (MLM) Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Ekonomi Syariah* Vol. 1, No.1, (Februari 2016):31.

*“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sungguh Allah sangat berat siksa-Nya.”<sup>15</sup>*

PT. Herba Penawar Al-Wahida dalam pemasarannya menggunakan sistem MLM Syariah, dimana di dalamnya ada sistem perekrutan, ada produk yang dipasarkan dengan harga yang ditetapkan, pemberian bonus, akad transaksi sampai pengadaan *Home Sharing* sebaiknya sesuai dengan konsep Syariah. Tidak dapat dipungkiri, walaupun produk-produk yang dijual merupakan produk herbal yang halal, namun sistem yang digunakan tetaplah sistem MLM. Sehingga perlu untuk dikaji kembali apakah dalam praktiknya sesuai dengan ketentuan Ekonomi Syariah atau belum sesuai.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut dalam karya ilmiah 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)”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka yang menjadi pokok rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Regulasi Pemasaran *Multi Level Marketing* Syariah Halal Network International PT. HPAI?
2. Bagaimana Pemberlakuan Regulasi Pemasaran *Multi Level Marketing* Syariah Halal Network International PT. HPAI pada Agen-Agen Stok

---

<sup>15</sup>Kementerian Agama RI, *Al-Fattah Al-Qur'an 20 Baris Terjemah (Terjemah Dua Muka)*, (Bandung: CV Mikraj Khazanah Ilmu, 2011), 54.

Halal Mart di Kota Palopo Perspektif Hukum Ekonomi Syariah?

### C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui :

1. Regulasi Pemasaran *Multi Level Marketing* Syariah Halal Network International PT. HPAI.
2. Pemberlakuan Regulasi Pemasaran *Multi Level Marketing* Syariah Halal Network International PT. HPAI pada Agen Stok Halal Mart di Kota Palopo Perspektif Hukum Ekonomi Syariah.

### D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis/Akademik

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan ilmu pengetahuan dalam dunia akademik sebagai ilmu/ teori dasar bagi peneliti dalam melakukan pembahasan mengenai penelitian yang sejenis.

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi pemahaman bagi pelaku bisnis yang berkecimpung dalam *Multi Level Marketing*.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan memberi masukan kepada masyarakat yang menjalankan bisnis serupa dengan HPAI, yang dapat dijadikan sebagai bahan rujukan agar berbisnis sesuai dengan syariat.

## **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

### **A. Penelitian Terdahulu yang Relevan**

Penelitian terdahulu digunakan peneliti sebagai bahan perbandingan, dikarenakan apabila dilihat dari tema pembahasan akan ada peneliti-peneliti lain membahas hal yang serupa. Maka dari itu untuk menghindari anggapan kesamaan, peneliti mencantumkan hasil penelitian terdahulu sebagai berikut.

1. Penelitian dari Muhamad Muksin pada tahun 2017 dengan judul "Sistem *Marketing Network* PT Herba Penawar Alwahida Indonesia Dalam Tinjauan Fatwa DSN MUI No. 75/DSN MUI/VII/2009 (Studi Pada Pusat Agency Di Bago Kecamatan Tulungagung Kabupaten Tulungagung)". Penelitian ini berfokus pada sistem *Marketing Network* PT Herba Penawar Alwahida Indonesia Pada Pusat Agency Tulungagung dan tinjauan Fatwa DSN MUI No. 75/DSN MUI/VII/2009 terhadap sistem *Marketing Network* PT Herba Penawar Alwahida Indonesia di PA Tulungagung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem pemasaran produk HPAI di Pusat Agency Bago Tulungagung prinsip kebebasan dan Praktik bisnis yang dijalankan oleh perusahaan HPAI ada beberapa yang sesuai dan adapula yang kurang sesuai dengan ketentuan Fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009. Adapun yang sesuai dengan ketentuan Fatwa adalah produk HPAI yang dijual telah mendapat labelisasi halal dari MUI dan mendapat izin edar dari

BPOM RI, pemberian bonus atau komisi oleh perusahaan kepada para Agennya jelas perhitungannya. Sedangkan yang kurang sesuai dengan ketentuan Fatwa adalah masalah harga yang relatif mahal jika dibandingkan dengan produk sejenis di pasaran.

Adapun persamaan dengan penelitian peneliti yaitu sama-sama meneliti sistem MLM HNI-HPAI, sedangkan perbedaannya :

- a. Muhammad Muksin meninjau sistem MLM HNI-HPAI dari Fatwa DSN MUI No. 75/DSN MUI/VII/2009 dan peneliti meninjau dari perspektif Hukum Ekonomi Syariah.
  - b. Muhammad Muksin melakukan penelitian di Pusat Agency Tulungagung dan peneliti di Agen Stok Halal Mart Palopo.
2. Penelitian dari RT Sandra Novella Kusuma pada tahun 2017 dengan judul "Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Dalam Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Jual Air Minum Di Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Cirebon". Fokus dari penelitian ini adalah bagaimana mekanisme penetapan harga jual air minum pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Cirebon, Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penetapan harga jual air minum pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Cirebon dan Bagaimana tinjauan hukum ekonomi Islam terhadap penetapan harga jual air minum pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Cirebon.

Hasil penelitian dapat diambil kesimpulan yaitu Kepala Desa Kota Cirebon menetapkan tarif air minum di PDAM Kota Cirebon berdasarkan

usulan Direksi yang sebelumnya disetujui Dewan Pengawas. Direksi PDAM Cirebon mengajukan konsep usulan tarif.

Usulan tarif terlebih dahulu dikonsultasikan dengan wakil atau forum pelanggan lewat berbagai media untuk mendapatkan *feed back* sebelum kemudian diajukan kepada Kepala Daerah Kota Cirebon. Terdapat faktor-faktor yang berpengaruh yaitu, perhitungan dan biaya dasar dan proyeksi biaya usaha, visi, misi, dan tujuan perusahaan, permintaan, Ikhtisar Rekening Air (IRA), investasi, tingkat inflasi, dan kondisi ekonomi masyarakat.

Harga yang ditetapkan bagi pelanggannya itu berbeda-beda sesuai klasifikasi pelanggan yang telah ditetapkan. Dalam penetapan harga yang seperti ini diperbolehkan dalam Islam selama berdasarkan atas *al-maslahah al-mursalah* (kemaslahatan) bagi pelanggan seperti karena faktor yang memengaruhi penetapan harga jual air minum ini disesuaikan dengan kondisi ekonomi masyarakat Kota Cirebon dengan menyesuaikan tarif untuk standar kebutuhan pokok air minum terjangkau oleh daya beli masyarakat.

Kesamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama menetapkan suatu transaksi dengan berdasarkan Ekonomi Syariah. Sedangkan perbedaannya yaitu Novella meneliti mengenai Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Jual Air Minum Di Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Cirebon, sedangkan peneliti meneliti mengenai sistem MLM HPAI Agen Stok Palopo.

3. Penelitian dari Indry Setyo Winarti pada tahun 2020 dengan judul “Sistem *Multi Level Marketing* (MLM) Pada PT Tiens Indonesia Perspektif Al-

Zari'ah". Penelitian ini berfokus pada Sistem *Multi Level Marketing* (MLM) Pada PT Tiens Indonesia Perspektif Al-Zari'ah.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa sistem MLM PT Tiens Indonesia yaitu produk, perekrutan *member*, penjualan produk, dan jenjang karir. Dari kegiatan sistem MLM pada PT Tiens tersebut sudah sesuai dengan fatwa DSN-MUI No.75/VII/2009. Maka dalam sistem MLM pada PT Tiens ini tidak ada perbuatan yang dilarang dan termasuk dalam MLM Syariah. Secara keseluruhan untuk MLM pada PT Tiens ini adalah hukumnya halal ditinjau prespektif Al-Zari'ah dan dapat membuka jalan menuju kebaikan atau fath Al-zari'ah.

Kesamaan dari penelitian ini yakni sama-sama meneliti sistem MLM sedangkan yang membedakan yaitu perusahaan MLMnya, Sandra meneliti PT Tiens Indonesia sedangkan peneliti meneliti PT HPAI.

## **B. Deskripsi Teori**

### **1. Pengertian *Multi Level Marketing***

Dunia Islam sebelumnya belum pernah mengenal sistem penjualan *Multi Level Marketing*. Literatur fikih klasik juga tidak memuat hal semacam MLM karena MLM dalam dunia marketing adalah sebuah fenomena baru.<sup>16</sup>

*Multi Level Marketing* biasa disingkat MLM secara bahasa berasal dari bahasa Inggris, *Multi* berarti banyak, *Level* berarti jenjang (tingkat) sedangkan *Marketing* adalah pemasaran. Dalam artian sederhana yang dimaksud MLM merupakan suatu konsep penyaluran barang atau produk jasa

---

<sup>16</sup>Ahmad Sarwat, *Aensiklopedia Fikih Indonesia 7: Muamalat*,(Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2018), 405.

tertentu perusahaan yang memberi peluang kepada para konsumen untuk andil sebagai penjual yang sekaligus menikmati laba atas bergabungnya sebagai member atau mitra atau Agen.

Pengertian yang lebih luas MLM adalah suatu kesempatan yang diberikan kepada setiap konsumen untuk memiliki sekaligus menjalankan usahanya sendiri dari suatu produk atau jasa yang dipasarkan yang bekerjasama dengan perusahaan sebagai mitra.<sup>17</sup>

MLM membentuk jaringan kerja, dimana banyak orang-orang yang akan terkumpul untuk melakukan pemasaran, jaringan kerja ini disebut sebagai *Network Marketing*. Selain itu, MLM juga disebut sebagai bisnis penjualan langsung atau *direct selling*. Hal ini dikarenakan pemasaran atau penjualan produknya secara langsung tanpa melalui perantara kepada konsumen.<sup>18</sup>

## **2. Sejarah Multi Level Marketing**

Sejak dahulu sebelum dikenalnya istilah *Multi Level Marketing*, telah lebih dahulu dikenal istilah penjualan langsung atau *dirrect selling*. Beroperasinya The California Perfume Company di New York yang didirikan oleh Dave Mc Connel menjadi penanda *Direct selling* pertama kali muncul pada tahun 1886. Mc Connel ini lalu merekrut Mrs. Albee menjadi California Perfume lady sebagai pekerja yang menjual langsung kepada calon konsumen dari rumah satu ke rumah yang lain.

---

<sup>17</sup>Rudi Hermawan, *Buku Ajar Hukum Ekonomi Islam* (Pamekasan: Duta Media Publish ing, 2017),134.

<sup>18</sup>Gemala Dewi, Wirdyaningsih, dan Yeni Salma Barlinti, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, Edisi pertama (Jakarta: Kencana, 2006),182.

The California Perfume Company kemudian berganti nama menjadi Avon pada tahun 1939 dan yang menjadi pionir metode *direct selling* adalah Mrs. Albee. Muncul metode penjualan baru pada tahun 1934 oleh perusahaan Nutrilate di California, dimana sistemnya akan ada komisi yang diberikan kepada distributor yang berhasil membawa anggota baru sebagai hasil rekrutannya yang memungkinkan tidak ada batasan dalam jumlah perekrutan. Disusul perusahaan Shaklee di tahun 1956 lalu Amway pada tahun 1959, yang keduanya melakukan penjualan dengan metode MLM.

MLM sangat banyak kemudahan yang diberikan kepada mitranya menawarkan dan memberi kesempatan kemudahan kepada setiap pelanggan dengan cara yang sederhana untuk menambah penghasilan mereka. MLM memungkinkan setiap orang untuk berbisnis secara unik dan inovatif.

Produk dan jasa mereka tawarkan tanpa mengeluarkan biaya iklan yang mahal dan tanpa harus bersaing di toko-toko pengecer. Dengan cara yang unik dan inovatif inilah, MLM telah menjadi metode penjualan yang sukses selama kurang lebih dari lima (5) dasawarsa terakhir.<sup>19</sup>

### 3. Tujuan Multi level Marketing

MLM memiliki tujuan utama yaitu menjual berbagai produk atau barang dari perusahaan MLM, dengan melalui jaringan distributor yang telah direkrut tanpa adanya batasan perekrutan. Hal yang menjadi target terpenting dari sebuah perusahaan MLM yaitu berada pada penjualan produknya bukan

---

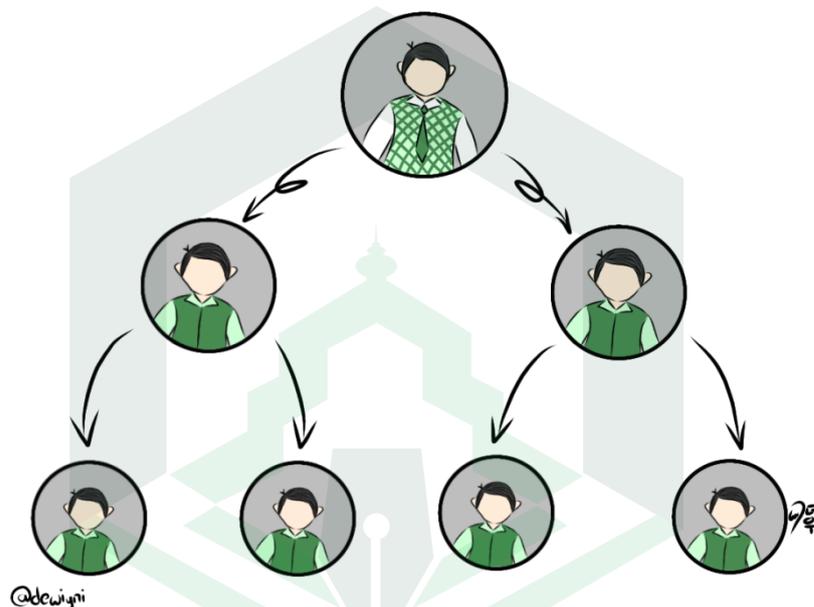
<sup>19</sup>Sarah Mutiarani, *Bisnis Multi Level Marketing Oriflame Menurut Tinjauan Hukum Islam* (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Surakarta, 2017), 32-33.

pada perekrutannya.<sup>20</sup> Dalam hal ini, berarti yang terpenting dalam MLM yaitu berada pada laba atau keuntungan yang dihasilkan.

#### 4. Macam-macam sistem *Multi level Marketing*

##### a. Sistem *Binary Plan*

Sistem *Binary Plan* ini mengutamakan keseimbangan jaringan, dimana sistem ini hanya terus mengembangkan jaringannya dengan dua leg saja.



Gambar 2. 1 Sistem *Binary Plan*

Semakin berimbang jaringan dan menghasilkan hasil penjualan satu masa (*omzet*) bisnis dalam kegiatan MLM sistem *binary plan* ini, maka bonus yang didapatkan akan semakin besar pula. Akan tetapi, kalau tidak berimbang, maka bonus hanya akan masuk ke dalam perusahaan MLM.

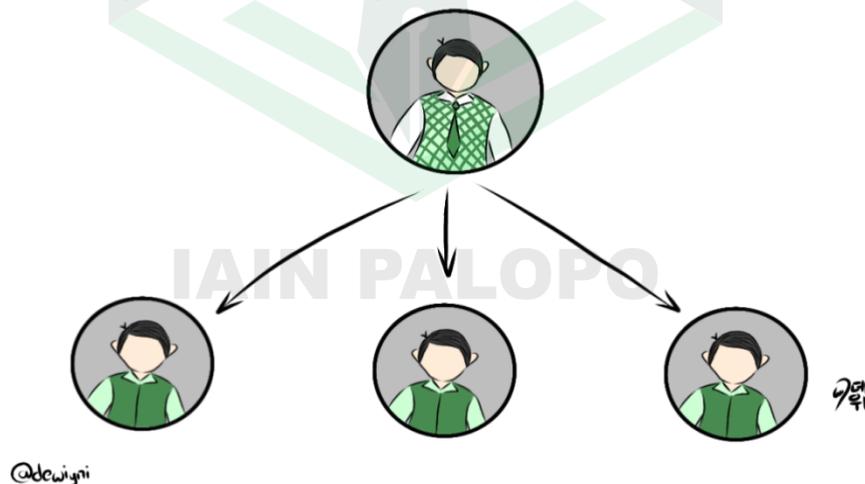
Masyarakat Indonesia lebih sering menggunakan sistem ini dalam perusahaannya dikarenakan perkembangan jaringannya yang sangat cepat sehingga semua mitra mendapatkan bonus yang besar dengan cepat pula.

<sup>20</sup>Robert Tampubolon, *Sinergi 9 Kekuatan MLM Support Sistem dan Koperasi Edisi Pertama*, (Jakarta : PT Alex Media Komputindo, 2007),21.

Untuk terlihat semakin mudah dalam meraut uang, para mitra dari perusahaan akan menerapkan sebuah aturan mendapatkan uang sebagai komisi terhadap mitra yang mereka rekrut, jadi seakan menjadi bonus sponsor yang demikian itu, berarti mereka sama halnya memperjualbelikan orang-orang dalam cara yang tidak kasar. Pada awal karir, biasanya sistem *Binary Plan* memberikan bonus besar sebagai iming-iming bahwa dalam bisnis MLM dengan sistem ini sangat mudah dilakukan. Tapi nyatanya sistem *binary* ini menghasilkan suatu kesimpulan bahwasahnya orang yang telah bergabung dari awal yang akan mendapatkan keuntungan yang besar.

b. Sistem *Matrix*

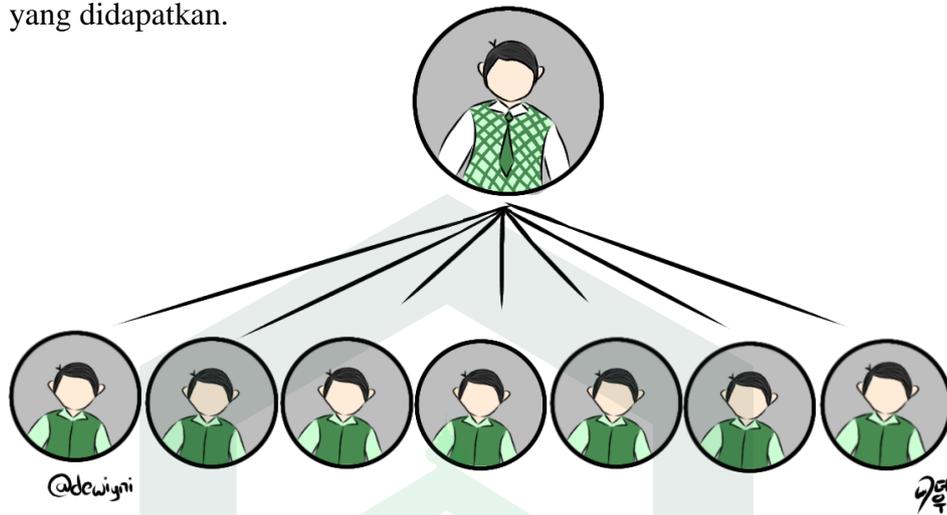
Sistem *Matrix* mengembangkan jaringannya dengan konsep hanya tiga *downline* saja pada level pertama, orang yang dari level pertama juga merekrut tiga *downline* dan begitu seterusnya.



Gambar 2. 2 Sistem *Matrix*

### c. Sistem *Break Away*

Sistem *Break away* ini mengembangkan jaringannya dengan konsep pelebaran. Semakin banyak *downline*, semakin besar pula komisi atau bonus yang didapatkan.



Gambar 2. 3 Sistem *Break Away*

Namun yang menjadi titik lemahnya yaitu ketika Agen ini kewalahan mengurus sendiri *downline*-nya yang banyak. *Downline* bisa saja melebihi *upline*-nya dengan sistem ini. Mitra biasanya mendapatkan bonus yang kecil pada awalnya, akan tetapi, saat peringkat atas akan besar.<sup>21</sup>

### 5. Cara kerja *Multi Level Marketing*

MLM mengedarkan produknya melalui penjualan secara langsung kepada konsumen sehingga menekan biaya distribusi bahkan tidak ada biaya distribusi sama sekali. MLM pun menghilangkan tarif promosi dari produk

<sup>21</sup> Muchlisin Riadi, "Pengertian, Jenis dan Sistem Multi Level Marketing (MLM)", April 17, 2018 <https://www.kajianpustaka.com/2018/04/pengertian-jenis-dan-sistem-multi-level-marketing.html>, Diakses pada 20 Oktober 2020 pukul 21.25 WITA.

yang akan dipasarkan karena distributorlah yang menangani langsung distribusi dan promosi produk sebagai sistem yang berjenjang.<sup>22</sup>

Ada berbagai cara perusahaan dalam memakai cara MLM, diantaranya dengan cara pengambilan dana dari masyarakat untuk mendapatkan keuntungan produk dalam perusahaan dengan memastikan para konsumen akan mendapatkan keuntungan sampai 100% dalam setiap upahnya. Kemudian ada juga beberapa perusahaan yang melakukan pemasaran dimana dalam merekrut member baru ia harus menjual produknya, sekaligus mencari konsumen yang sekaligus menjadi member juga, apabila member tadi menacari dan merekrut member lain, maka perusahaan akan memberikan bonus yang banyak kepadanya.

Sekitar tahun 1939 terlahirlah sebuah inovasi dan kreasi dimana dalam pemasaran produk MLM, perusahaan mengaitkan konsumen dalam pemasaran agar keuntungan dapat dirasakan oleh pembeli dari produk yang dibeli, bukan hanya itu keuntungan lain seperti hadiah undian, asuransi dan lain-lain bisa didapatkan.

Berikut beberapa cara pemasaran dalam MLM :

a. Ada banyak kelebihan yang akan diberikan kepada masyarakat konsumen dalam melakukan praktek jual beli dalam pemasaran MLM. Jika Agen merekrut banyak anggota dan dapat membangun organisasi yang cukup besar, maka akan banyak pula bonus yang Agen dapatkan.

---

<sup>22</sup>Firman Wahyudi, "Multi Level Marketing dalam Kajian Fiqh Muamalah", *Jurnal Muamalah* Vol.13, No.2 (Juli-Desember 2014): 166, <http://202.52.52.22/index.php/JES/article/viewFile/2693/3380> Diakses pada 13 Oktober 2020 pukul 21.47 WITA.

b. Tidak ada aturan mengenai member yang lama akan mendapatkan bonus yang paling banyak, anggota yang baru bergabung pun kemungkinan besar akan mendapatkan bonus lebih besar dibandingkan yang lama apabila dia tekun bekerja keras dalam merekrut member-member baru yang banyak.

c. Mendapatkan bonus yang banyak adalah impian setiap Agen dalam pemasaran MLM, yang terpenting Agen harus berperan sekaligus sebagai penjual yang membeli produk perusahaan sesuai kriteria dan sebagai sponsor yang meng sponsori orang lain untuk membangun organisasi yang besar guna mendapatkan bonus yang banyak.

d. Satu hal yang perlu diketahui dalam sistem MLM yaitu, jika seorang Agen dalam kurun waktu tertentu tidak melakukan pembelian produk perusahaan, maka tidak akan ada bonus yang didapatkan sekalipun mitra dibawahnya mendapatkan bonus yang besar.<sup>23</sup>

Secara umum, pola pemasaran pada MLM sebagai berikut :

1) Tahap pertama yang dilakukan adalah suatu perusahaan MLM akan mencari konsumen untuk direkrut menjadi member, ada yang mengharuskan terlebih dahulu untuk membeli sejumlah paket dengan harga tertentu kemudian diberi satu formulir pendaftaran sebagai member atau ada juga yang tidak mengharuskan membeli paket bisa langsung membayar pendaftaran untuk diberikan kartu keanggotaan.

---

<sup>23</sup> Nur Sania Dasopang, "Multi Level Marketing Dalam Pandangan Islam," *Jurnal Hukum Ekonomi* Vol. 6 No. 1 (Juni 2020): 156-157, <http://jurnal.iainpadangsidimpuan.ac.id/index.php/yurisprudencia>, Diakses pada 21 Oktober 2020 pukul 17.00 WITA

2) Setelah menjadi member, hal selanjutnya yang dilakukan adalah mencari calon member baru yang akan diberikan formulir dan membeli produk seperti sebelumnya sampai seterusnya untuk masalah perekrutan member.

3) Semakin banyak member yang direkrut, perusahaan akan memberikan bonus yang banyak pula. Demikian itu, karena perusahaan akan diuntungkan juga dengan banyaknya member yang menjadi konsumen. Semakin banyak member baru bonus secara estafet akan diberikan dari level yang pertama, kedua dan seterusnya.<sup>24</sup>

#### **6. Fatwa DSN MUI NO. 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) terhadap MLM Syariah.**

Nama lain dari MLM yaitu PLBS yang dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional MUI dalam sebuah fatwa DSN MUI NO. 75/DSN-MUI/VII/2009, dimana dalam mempraktikkan PLBS diharuskan untuk memenuhi ketentuan-ketentuan dibawah ini:

- a. “Ada obyek transaksi riil yang diperjualbelikan berupa barang atau produk jasa;
- b. Barang atau produk jasa yang diperdagangkan bukan sesuatu yang diharamkan dan atau yang dipergunakan untuk sesuatu yang haram;
- c. Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur gharar, maysir, riba, dharar, dzulm, maksiat;
- d. Tidak ada harga/biaya yang berlebihan (*excessive markup*), sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas/manfaat yang diperoleh;
- e. Komisi yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota baik besaran maupun bentuknya harus berdasarkan pada prestasi kerja nyata yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang atau produk jasa, dan harus menjadi pendapatan utama mitra usaha dalam PLBS;

---

<sup>24</sup>Wening Purbatin Palupi Soejonto, ”Manifestasi MLM dalam Perspektif Syariah terhadap Paradoks dan Euforia Masyarakat Indonesia”, : 3-4, <http://ejournal.kopertais4.or.id /mataraman /index.php/tahdzib/article/download/2226/2396> Diakses pada 23 Oktober 2020 pukul 16.07 WITA

- f. Bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) harus jelas jumlahnya ketika dilakukan transaksi (akad) sesuai dengan target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan oleh perusahaan;
- g. Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa;
- h. Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan ighra’.
- i. Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dengan anggota berikutnya;
- j. Sistem perekrutan keanggotaan, bentuk penghargaan dan acara seremonial yang dilakukan tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan aqidah, Syariah dan akhlak mulia, seperti syirik, kultus, maksiat dan lainlain;
- k. Setiap mitra usaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya tersebut;
- l. Tidak melakukan kegiatan money game.<sup>25</sup>

### **7. Multi Level Marketing Syariah**

Perusahaan *Multi Level Marketing* 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.

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.<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup>Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia, “Fatwa DSN MUI NO: 75/DSN MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)”:<sup>6-7</sup> [https://dsnmu.or Id/](https://dsnmu.or.id/) diakses 22 Oktober 2020 pukul 17.00 WITA.

<sup>26</sup>Imam Mas Arum, “*Multi Level Marketing (MLM) Syariah: Solusi Praktis Menekan Praktik Bisnis Riba, Money Game,*”*Jurnal Muqtasid* Volume 3 No. 1 (Juli 2020):38 <https://muqtasid.iainsalatiga.ac.id/index.php/muqtasid/article/view/835> Diakses pada 22 Oktober 2020 pukul 17.16 WITA.

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

Terdapat dua aspek untuk mengukur apakah perusahaan MLM tersebut sesuai dengan Syariah atau tidak, diantaranya:

- a. Dilihat dari produk atau jasa yang dipasarkan; dan
- b. Sistem dari MLM itu sendiri.

Produk yang halal dan jelas menjadi aspek dari objek yang harus dijual dari perusahaan MLM Syariah, menjual produk yang dilarang Agama sangat tidak diperbolehkan. Selain dari objek produknya yang halal juga produknya harus memiliki manfaat, dapat diserahkan terimakan atau harus berwujud dan harga dari produk harus jelas. Meskipun perusahaan MLM itu dijalankan oleh orang Muslim, tapi apabila produk-produk yang dijual tidaklah halal, maka itu tidaklah sah.

Sedangkan dari sistem MLMnya, tidak jauh perbedaan antara sistem MLM Syariah dengan MLM Konvensional, yang membedakan terletak pada usaha, produk dan jasanya berdasarkan syariat Islam. Untuk lebih jelasnya, berikut syarat yang dipenuhi MLM Syariah dalam menjalankan usahanya :

- 1) Sistem distribusi pendapatan. Dalam distribusi pendapatan seharusnya dilakukan secara seimbang dan profesional. Dalam artian tidak ada deskriminasi dalam distribusi pendapatan.
- 2) Apresiasi distributor. Apresiasi yang dimaksud seperti, tidak berbohong atau berdusta, tidak melakukan pemaksaan, tidak merugikan orang lain dan sebagainya yang sesuai dengan prinsip Islam.
- 3) Penetapan harga. Jika dilihat dari segi harga yang ditetapkan, seharusnya semakin banyak distributor, harga yang ditetapkan harus semakin murah bukan bertambah naik harga produknya, karena produk yang dipasarkan dibuat untuk kemaslahatan umat yang merasakan langsung manfaat dari produknya bukan untuk memberikan bonus terus-menerus kepada member yang berhasil merekrut banyak member baru.
- 4) Jenis produk. Agar konsumen merasa aman dengan produk yang ditawarkan, maka jenis produk yang dipasarkan haruslah halal dan terjamin kesuciannya.<sup>27</sup>

#### 8. Perbedaan MLM Syariah dengan MLM Konvensional

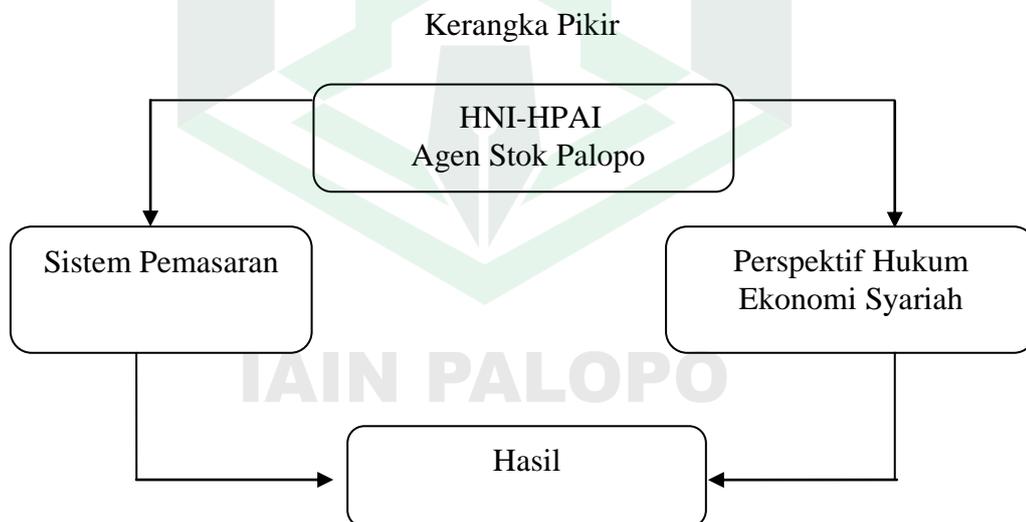
No	Keterangan	MLM Syariah	MLM Konvensional
1	Akad dan Aspek Legalitas	Berdasarkan hukum positif, kode etik, dan prinsi-prinsip Syariah	MLM yang legal berdasar hukum positif dan kode etik
2	Lembaga Penyelesaian	Badan Arbitrase Muamalah Indonesia (BAMUI)	Peradilan Negeri
3	Struktur Organisasi	Dewan pengawas Syariah (DPS)	Tidak dikenal

<sup>27</sup>Gemala Dewi, Wirdayaningsih, dan Yeni Salma Barlinti, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, Edisi pertama (Jakarta: Kencana, 2006), 184-185.

4	Prinsip Operasional	Dakwah dan Bisnis	Bisnis murni
5	Keuntungan usaha	Pemberdayaan lewat ZIS	Tidak dikenal
6	Jenis usaha produk	<i>Halalan Toyyiban</i>	Sebagian sudah mendapatkan sertifikat MUI <sup>28</sup>

## B. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah penjelasan sementara terhadap suatu gejala yang menjadi objek permasalahan yang hendak diteliti. Kerangka pikir ini disusun dengan berdasarkan pada tinjauan pustaka dan hasil penelitian yang relevan atau terkait. Kerangka pikir merupakan gambaran dari argumentasi peneliti dalam merumuskan penelitian, Kerangka pikir juga harus dari pemikiran sendiri bukan dari ide dan gagasan orang lain.



<sup>28</sup>Nur Intan, *Penerapan Syari'at Islam Pada Sistem Multi Level Marketing Syari'ah Herba Penawar Al Wahida (HPA) Studi Kasus Di Pekanbaru*, Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum, (2011), 40.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

#### **1. Pendekatan**

- a. Pendekatan Normatif yaitu 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 lagi mengenai penafsiran teks-teks yang ada didalamnya karena telah dijadikan sebagai teologi yang sejajar dengan Al-Qur'an yang tidak boleh dikritisi.<sup>29</sup>
- b. Pendekatan Sosial. Pendekatan ini berusaha mengkaji dan mendalami keadaan nyata, baik yang ada di lapangan dengan mempelajari perilaku-perilaku manusia maupun menganalisis berbagai referensi yang terkait yang menunjang penelitian.
- c. 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.

#### **2. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang hasil temuannya diperoleh tanpa ada prosedur statistik dan perhitungan atau angka-angka,<sup>30</sup> dimana yang menjadi

---

<sup>29</sup>Supian, *Metodologi Studi Islam*, Cet. Pertama (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017), 83.

<sup>30</sup>Eko Sugiarto, *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif: Skripsi dan Tesis: Suaka Media*, Cet. Pertama (Yogyakarta : Suaka media, 2015), 8.

instrumen kunci adalah diri peneliti dalam menerjemahkan fenomena yang terjadi melalui pengumpulan data dengan cara membuat kuesioner terbuka dan tertutup kemudian dibagikan kepada responden.

Pengambilan sampel sumber data yang pada awalnya jumlahnya sedikit, lama-lama menjadi besar (*snowball*), teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari generalisasi.<sup>31</sup>

## **B. Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek dan Objek Penelitian yaitu Agen Stok Halal Mart yang berada di Kota Palopo.

## **C. Definisi Istilah**

Penelitian ini berjudul “Sistem *Multi Level Marketing* Syariah Halal *Network International* PT. HPAI Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. (Studi Kasus pada Agen Stok Halal Mart Palopo)”. Untuk menghindari adanya makna ganda ataupun yang kurang jelas dalam penelitian ini, maka sangat penting untuk menuliskan definisi istilah untuk mencegah kesalahan penafsiran dan untuk mempermudah penelitian ini.

1. Sistem MLM Syariah merupakan konsep dalam memasarkan produk-produk perusahaan secara berjenjang atau bertingkat, dimana kandungan produk, cara perekrutan, cara penjualan dan pembagian bonus sesuai dengan Syariah.

---

<sup>31</sup>Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Cet. pertama (Sukabumi: CV Jejak,2018), 8.

2. Hukum Ekonomi Syariah merupakan ilmu yang mempelajari tentang hukum-hukum dalam bermuamalah atau usaha-usaha manusia dalam berinteraksi muamalah serta untuk mencapai falah (kebaikan) agar bernilai ibadah dan berdasarkan prinsip-prinsip dan nilai-nilai Al-qur'an, Hadis dan Sunnah.

3. Agen Stok adalah mitra yang bertindak sebagai penyetok produk atau pengecer produk yang kemudian menjual produk secara langsung kepada konsumen atau kepada mitra lain.

#### **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.<sup>32</sup>

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif yang menggunakan pendekatan penelitian normatif, sosiologis, dan yuridis dengan tujuan mengetahui sistem MLM Syariah pada HNI-HPAI di Agen Stok Palopo apakah sesuai dengan Syariah atau tidak.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil kuesioner dengan responden berdasar pada pertanyaan yang diajukan oleh peneliti sedangkan data sekunder diperoleh dari hasil studi pustaka sebelumnya yang terkait dengan penelitian.

---

<sup>32</sup>Jonathan sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Edisi Pertama (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2006), 79.

## E. Data dan Sumber Data

Dalam penulisan penelitian ini ada dua jenis data dan sumber data yang digunakan, yaitu :

### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari informan melalui kuesioner terbuka dan kuesioner tertutup. Dimana sumber data diperoleh dari Agen Stok Kota Palopo.

### 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang telah ada dan peneliti dapat memperoleh data tersebut dengan mencari, membaca, melihat dan mendengar<sup>33</sup> berbagai data yang berkaitan dengan penelitian.

Diantara sumbernya yakni :

- a. Sumber data dalam bentuk teks berupa; laporan-laporan, dokumen maupun surat dari Agen Stok Palopo maupun aplikasi dan website resmi HPAI.
- b. Sumber data dalam bentuk gambar berupa; foto dan ilustrasi yang digunakan oleh Agen Stok Palopo maupun aplikasi dan website resmi HPAI.
- c. Sumber data dalam bentuk suara seperti rekaman audio dari youtube dan sosial media HPAI.
- d. Sumber data dalam bentuk kombinasi berupa; film, animasi, iklan dari youtube atau sosial media lain dari HPAI.

---

<sup>33</sup>Jonathan sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Edisi Pertama (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2006), 209.

## F. Teknik Pengumpulan data dan Instrumen Penelitian

Teknik pengumpulan data merupakan hal yang penting, karena disinilah kita akan menentukan teknik dalam mengumpulkan data yang kita perlukan sekaligus menentukan instrumen apa yang akan kita gunakan. Berikut instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan :

### 1. Observasi

Observasi merupakan kegiatan yang dilakukan dengan terjun langsung ke lapangan mengamati objek yang berkenaan dengan penelitian. Namun dalam hal ini, peneliti tidak melakukan pengamatan secara langsung dan mencoba mewawancarai melalui *chat* salah satu Agen Stok sebelum menjadikannya sebagai subjek penelitian saya. Observasi yang digunakan yaitu observasi yang terstruktur, dimana dalam observasi ini peneliti telah merancang secara sistematis apa-apa saja yang akan diamati guna mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya, kemudian akan dikerucutkan sesuai dengan yang dibutuhkan peneliti.<sup>34</sup>

### 2. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara membagikan formulir yang berisi pertanyaan terbuka dan pertanyaan tertutup yang berkaitan dengan HNI HPAI pada Agen Stok Kota Palopo.

Pertanyaan terbuka terdiri dari enam pertanyaan dengan menggunakan jawaban tabuler yaitu peneliti memberikan pertanyaan dan responden menjawab sesuai dengan pengalaman dan pengetahuan responden.

---

<sup>34</sup>Jonathan sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, 224.

Pertanyaan tertutup terdiri dari 10 (sepuluh) pertanyaan dengan menggunakan jawaban skala bertingkat yaitu dimana peneliti memberikan pertanyaan dengan pilihan-pilihan jawaban yang bertingkat mulai dari jawaban sangat setuju sampai sangat tidak setuju yang kemudian dipilih oleh responden.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan mengumpulkan bukti-bukti berupa data-data yang berkaitan dengan kegiatan bisnis HPAI seperti buku Panduan Sukses HPAI, Master Book, Buku Peraturan KeAgenan maupun data-data kearsipan di Agen Stok Palopo lainnya yang mendukung kegiatan penelitian ini.

## G. Pemeriksaan Keabsahan Data

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

### 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 pengajuan kuesioner, kemudian mengeceknya dengan berbagai sumber yang telah ada dari buku-buku, jurnal dan sumber lainnya.

## 2. Bahan Referensial yang Cukup<sup>35</sup>

Adanya sumber pendukung data dari hasil penelitian, misalnya data yang didapat dari hasil kuesioner perlu didukung dengan adanya bukti formulir kuesioner yang telah dibuat.

### H. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

#### 1. Teknik pengolahan data

a. *Editing*, yaitu proses pemeriksaan kembali data yang telah dikumpulkan, untuk melihat kelengkapan datanya, kejelasan makna, keselarasan data yang ada dan hubungannya dengan penelitian.

b. *Coding* yaitu proses pengelompokkan data yang telah didapat melalui kuesioner dan jawaban-jawaban dari kuesioner untuk disatukan dalam kategori yang sama.

c. *Organizing* yaitu proses penyusunan data-data yang diperoleh dari jawaban responden.

#### 2. Analisis data

a. Induktif yaitu menganalisis data untuk diambil kesimpulan secara umum.

b. Deduktif yaitu mengambil dan menganalisis 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.

---

<sup>35</sup>Muh. Fitrah dan Luthfiyah, *Metodologi Penelitian; Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas dan Studi Kasus*, Edisi Pertama (Sukabumi : CV Jejak, 2017), 93-95.

## **BAB IV**

### **DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Deskripsi Data**

##### **1. Profil PT. HPAI**

PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia didirikan pada tanggal 19 Maret 2012. PT. HPAI yang kini dikenal dengan HNI menjadi salah satu perusahaan di Indonesia yang berbasis jaringan atau *network* yang berfokus kepada penyediaan barang-barang konsumsi herbal dan barang-barang keseharian yang berkualitas.

##### a. Jajaran pimpinan HPAI :

###### Dewan Syariah

- 1) Dr. H. Mawardi Muhammad Saleh, MA (Advisor)
- 2) Dr. dr. H. Endy M. Astiwara, MA, AAIJ, FIIS (BPH DSN-MUI)

###### Dewan Komisaris

- 1) H. Muslim M. Yatim, Lc, MM (Komisaris Utama)
- 2) H. Rofik Hananto, SE (Komisaris)
- 3) H. Erwin Chandra Kelana, ST (Komisaris)

###### Dewan Direksi

- 1) H. Agung Yulianto, SE, Ak, M.Kom (Direktur Utama)
- 2) Amir Hamzah (Direktur Marketing)
- 3) Abdul Aziz (Direktur Produk dan Logistik)
- 4) Wahyudi Hidayat (Direktur Teknologi)

5) Rini Iswanti (Direktur Keuangan dan SDM)<sup>36</sup>

b. Motto dan Tagline HNI

Sejak awal didirikannya, HNI telah memiliki komitmen yang kuat yakni menjadi kepercayaan Ummat Muslim dalam penyediaan produk-produk yang halal. Sehingga mottonya “*Referensi Utama Produk Halal Dunia. “Halal Is My Way”*” Halal adalah jalan hidup kami, menjadi kalimat yang menyemangati sekaligus mengajak seluruh Ummat Muslim untuk memilih produk yang halal.

c. Visi Misi

Setiap organisasi perusahaan memiliki visi misi yang menjadi prinsip dan tujuannya. Visi dari HNI-HPAI yaitu menjadi pemimpin industri halal kelas dunia (dari Indonesia). Untuk mencapai tujuannya ada penyokong yang akan membantu dalam tercapainya tujuan itu, diantaranya : menjadi perusahaan jaringan pemasaran papan atas kebanggaan Ummat; menjadi wadah perjuangan penyediaan produk halal bagi ummat Islam dan; menghasilkan pengusaha-pengusaha muslim yang dapat dibanggakan, baik sebagai pemasar, pembangun jaringan maupun produsen.<sup>37</sup>

d. Alamat

*Head Office* beralamat di Jl. Kelapa Sawit Raya Blok H-11 Pondok Kelapa, Duren Sawit, Jakarta Timur DKI Jakarta, Indonesia 13450. *Leaders Office* beralamat di Kompleks Sentra Kota Jatibening Blok F1-F5

<sup>36</sup>Halal Network International,”Profil HNI”, <https://www.hni.net/profile> Diakses pada 5 Januari 2021 pukul 19.20 WITA.

<sup>37</sup>Zulchaidir B. Firly Ramly, *The Master Book To Be The Best Market Leader*, 115-116.

RT001/RW003, Jatibening Baru, Pondok Gede, Kota Bekasi, Jawa Barat 17412.<sup>38</sup>

e. 5 Pilar PASTI

Ada 5 Pilar PASTI yang menjadi tiang-tiang utama dalam membangun kekuatan bisnis HNI.

1) *Product*

HNI selalu memastikan bahwa produk-produk yang dipasarkan adalah produk yang diproduksi oleh HNI, logo HNI yang terletak pada kemasan produk berarti produk tersebut memiliki jaminan kehalalan yang premium dengan harga murah tapi kualitas terbaik. Penggabungan sinergi Sunnah Nabi dengan Herba telah memenuhi keamanan dan Syariah.

2) *Agent*

Mitra yang paling penting dalam perusahaan adalah semua Agen yang telah dibina dalam tercapainya pemimpin-pemimpin di HNI. HNI terus menambah jumlah Agen dan mengedukasinya agar tercipta Agen yang berkualitas dan berakhlak mulia.

3) *System*

HNI memiliki sistem *marketing plan* yang disebut dengan *success plan* yang sesuai dengan kaidah Syariah Islam. *Succes Plan* HNI ini adalah segala bentuk tahapan kerja, perancangan konsep, target yang ingin dicapai, perencanaan *action*, dan strategi yang dibangun dalam *support system*. *Support System* kemudian dibentuk dan dikawal oleh lembaga yang

---

<sup>38</sup>Halal Network International, "Profil HNI", <https://www.hni.net/profile> Diakses pada 5 Januari 2021 pukul 20.34 WITA.

menghimpun para *Loyal Leader* HNI, yang disebut CELLS atau *Cooperation of Executive Loyal Leaders* sehingga dengan adanya ini HNI hanya mengenal satu support sistem untuk *Leader* dan *Agent* HNI dalam mencapai kesuksesan di HNI.

#### 4) *Technology*

Adanya bantuan dari kekuatan teknologi membuat semua layanan pengembangan sangat mudah bagi HNI. AVO atau *Agent Virtual Office* menjadi fasilitas yang disediakan oleh HNI kepada para Agen dan HSIS atau *HNI Sales Integrated System* bagi semua Agen Stok Halal Mart.

#### 5) *Integrity*

Integritas dari HNI adalah memiliki komitmen kuat, konsisten, amanah dan profesional yang dibingkai dengan Syariah Islam serta Akhlak yang mulia.<sup>39</sup>

#### f. Produk-Produk HNI HPAI

HNI dalam memperkenalkan produknya membaginya ke dalam empat kelompok; Produk *Herbs Product, Health Food and Beverages, Cosmetics and Home Care* dan *Fashion and Lifestyle*.

---

<sup>39</sup>Zulchaidir B. Firly Ramly, *The Master Book To Be The Best Market Leader*,117-119.

Tabel 4.1 *Herbs Products*

No	HERBS PRODUCTS
1	Andrographis Centella
2	Bilberry
3	Biosir
4	Carnocap
5	Deep Squa
6	Diabextrac
7	Gamat kapsul
8	Ginextrac
9	Habbassauda HPAI
10	Harumi
11	Kelosin (Kelor Sinergi)
12	Langsingin
13	Laurik
14	Magafit
15	Mengkudu Kapsul
16	Minyak Habbatussauda
17	Minyak Herba Sinergi
18	Minyak Zaitun Softgrl
19	Mustika Dara
20	N-Green
21	Pegagan HS
22	Procumin Habbatussauda Rich E
23	Procumin Propolis Habbatussauda
24	Rosella HS
25	Siena (Jati Cina)
26	Spirulina
27	Truson
28	Minyak Kayu Putih
29	Minyak Telon Plus

Tabel 4. 2 *Health Food and Beverages*

No	HEALTH FOOD AND BEVERAGES
1	Centella Tea Sinergi
2	Dates Syrup
3	Deep Olive
4	Etta Goad Milk
5	Extra Food
6	HPAI Coffee
7	Jannatea Cold
8	Jannatea Hot
9	Kopi 7 Elemen
10	Madu Asli Multiflora
11	Madu Habbat
12	Madu Pahit
13	Madu S Jaga
14	Sinai Olive Oil
15	Sari Kurma “Healthy Dates”
16	Stimfibre
17	Al’Ard Extra Virgin Olive Oil

Tabel 4. 3 *Cosmetics and Home Care*

No	COSMETICS AND HOME CARE
1	Day Cream
2	Deep Beauty
3	Hibis
4	Hibis Mix
5	Hibis Pantyliner
6	HNI Body Wash
7	HNI Shampoo
8	Night Cream
9	Pasta Gigi Herbal Anak Rasa Anggur
10	Pasta Gigi Herbal Anak Rasa Stroberi
11	Pasta Gigi Herbal Anak Rasa Tutty Fruity
12	Pasta Gigi Herbal HPAI
13	Pasta Gigi Herbal Cengkeh
14	Pasta Gigi Herbal Propolis
15	Pasta Gigi Herbal Sensitif
16	Promol12
17	Sabun KolAgen Transparan
18	Sabun Madu Transparan
19	Sabun Propolis Transparan
20	Facial Wash Non Perfumed

- 21 Facial Wash Perfumed
- 22 Greenwash Detergen Konsentrat
- 23 Sterilyn Antiseptic
- 24 Sterilyn Disinfectant
- 25 Sterilyn Sanitizer 100 ML
- 26 Sterilyn Sanitizer 500 ML
- 27 HNI Diapers (Size L)
- 28 HNI Diapers (Size M)
- 29 HNI Diapers (Size S)
- 30 My Shields

Tabel 4. 4 *Fashion and Lifestyle*

No	FASHION AND LIFESTYLE
1	HNI Hijab Daily Crepe
2	HNI Hijab Pastan
3	HNI Hijab Ezra Khimar Ceruty Model Pet
4	HNI Hijab Ezra Khimar Ceruty Daily Model Antem
5	Mushaf Tulis
6	Qur'an Asy Syifaa'
7	Sarung HNI Fiesta Super

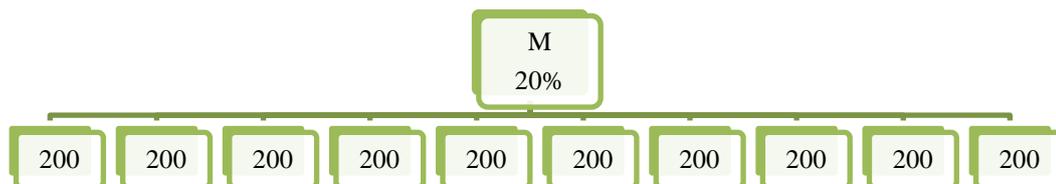
g. Istilah-Istilah Kepangkatan

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

Penumpukan TP individu serta tim (tanpa batasan waktu)

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

**Manager (M) : ≤ 3.000 poin ..... 20%**

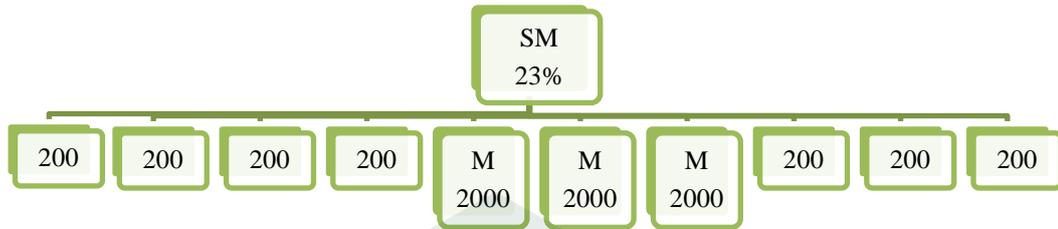


Gambar 4. 1 Pangkat *Manager*

Penumpukan TP Individu serta Group  $\geq$  3000 PV (tanpa batasan waktu)

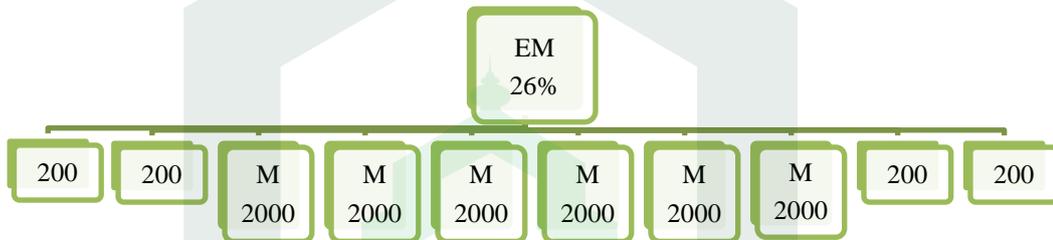
**Senior Manager (SM) : 3 Manager ..... 23%**

Pangkat dapat diraih dengan memiliki 3 Manager dibawahnya



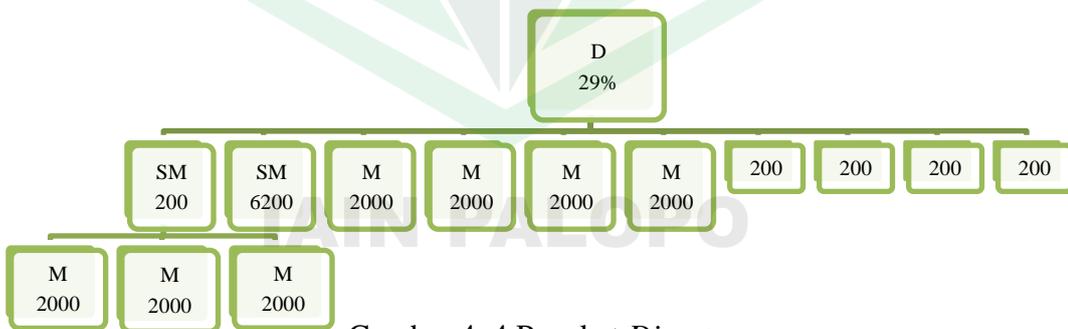
Gambar 4. 2 Pangkat *Senior Manager*

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



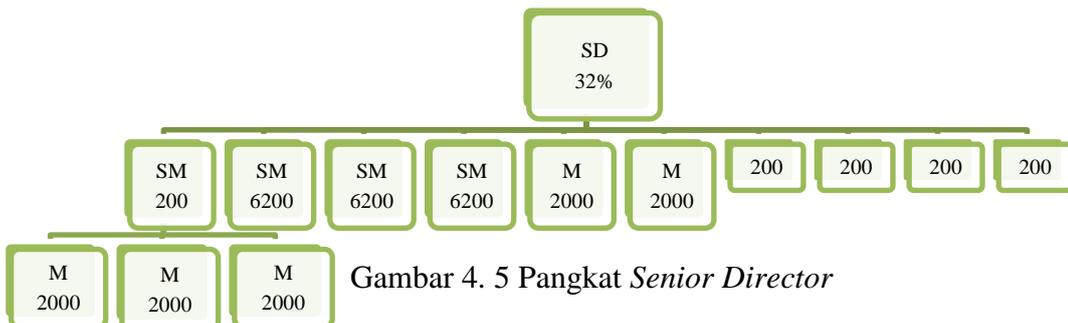
Gambar 4. 3 Pangkat *Executive Manager*

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



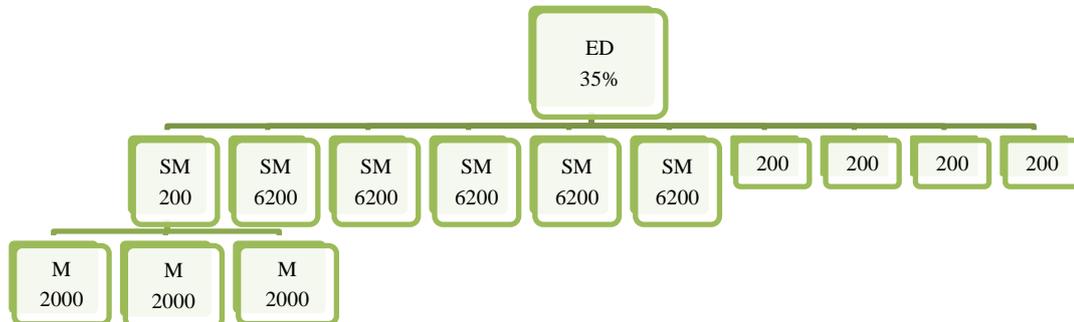
Gambar 4. 4 Pangkat *Director*

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



Gambar 4. 5 Pangkat *Senior Director*

**Executive Director (ED) : 6 SM ..... 35%**<sup>40</sup>



Gambar 4. 6 Pangkat *Executive Director*

#### h. Bonus dan Royalti HNI HPAI

##### 1) Bonus Agen Stok

Bonus Agen Stok merupakan bonus yang akan diperoleh dari total point penjualan Agen Stok baik itu SC,DC, atau AC yang dikalikan persentase Agen Stok dengan ketentuan :

Jika penjualan dilakukan dengan Agen biasa

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

Bila penjualan dilakukan dengan Agen Stok tingkat niaga dibawahnya, besar persentasenya merupakan selisih dari presentase Agen Stok keduanya, berikut selisihnya.

##### a) AC menjual kepada DC

$$16\% - 13\% = 3\%$$

##### b) AC menjual kepada SC

<sup>40</sup>Halal Network International, *Panduan Sukses Menjadi Pemimpin Industri Halal Kelas Dunia*, (Jakarta Timur:2020), 45 – 46.

$$16\% - 11\% = 5\%$$

c) DC menjual kepada SC

$$13\% - 11\% = 2\%$$

## 2) Bonus Prestasi Pribadi (BPP)

Bonus Prestasi Pribadi merupakan bonus yang diperoleh atas perhitungan dari total target Prestasi (TP) Pribadi Agen dalam satu bulan, dikalikan dengan persentase peringkat Agen.

Contohnya:

$$\begin{aligned} \text{Poin Pribadi} & : 1000 \text{ poin} \\ \text{Peringkat} & : \text{Manager (20\%)} \\ \text{BPP} & = 20\% \times 1000 \text{ poin} \\ & = 200 \times \text{Rp } 1000.- \\ & = \text{Rp } 200.000.- \end{aligned}$$

## 3) Bonus Prestasi Group (BPG)

Bonus Prestasi Group merupakan presentase peringkat dikalikan total poin group yang tidak termasuk poin pribadi dikurangi dari mitra yang aktif. Syarat mendapatkan BPG adalah memiliki TP pribadi  $\geq 100$  poin.

Contoh perhitungannya :

$$\begin{aligned} \text{BPG} & = 6 \times (35\% \times 3.000) \times 1.000 & = \text{Rp } 6.300.000 \\ \text{BPG Mitra} & = 6 \times (23\% \times 3.000) \times 1.000 & = \text{Rp } 4.140.000 \\ \text{BPG} & = \text{Rp } 6.300.000 - \text{Rp } 4.140.000 & = \text{Rp } 2.160.000^{41} \end{aligned}$$

<sup>41</sup>Halal Network International, *Panduan Sukses Menjadi Pemimpin Industri Halal Kelas Duni*, 48-49.

#### 4) Bonus Generasi Pangkat (BGP)

Bonus Generasi Peringkat merupakan bonus yang diberi kepada Agen berlevel minimal manager aktif, mempunyai Agen di bawahnya berlevel minimal Manager aktif.

#### 5) Royalti Stabilitas Belanja (RSB)

Royalti Stabilitas Belanja merupakan royalti yang diperoleh untuk level Agen (AB) dan level Manager. RSB yaitu hasil kerja para Agen HNI diberbagai belahan dunia secara adil dan merata bagi Agen yang berhak menerimanya berdasarkan syarat dan ketentuan.

#### 6) Royalti Kemajuan Jaringan (RKJ)

Royalti Kemajuan Jaringan merupakan royalti yang diberi kepada level minimal Senior Manager (SM) sampai level ke atas, diberikana atas bentuk apresiasi kerja yang dilakukan dengan serius untuk perkembangan dan kemajuan jaringan.

#### 7) Bonus Gold, Diamond, dan Crown (GDC)

Bonus ini hanya diberi kepada ED yang telah memenuhi syarat dicapainya bonus GED, atau DED, atau CED, berdasarkan ketentuan yang berlaku.

#### 8) Royalti *Loyal Executive Director* (LED)

Saat Agen ED dilantik menjadi LED, saat bulan itulah Agen tersebut menjadi LED dan akan mendapat Royalti LED setiap bulan asalkan semua persyaratan terpenuhi.

9) Royalti *Sapphire, Emerald, dan Platinum (SEP)*

Royalti ini diberi kepada LED yang terpenuhi ketentuannya sebagai LED SEP, Royalti ini sangat besar dan memberi bonus yang signifikan setiap bulan.

10) Royalti Komitmen Tahunan (RKT)

Royalti ini merupakan royalti yang diberikan khusus kepada LED dengan prestasi terbaik dimana mempunyai sejumlah jalur kokoh sesuai syarat pada *succes plan*. Hitungan RKT dilakukan setiap bulan dan diakumulasi dalam setahun, kemudian dicairkan di awal tahun depannya. Milad HNI atau Inaugurasi LED adalah momen pembagian RKT ini.<sup>42</sup>

**B. Regulasi Pemasaran *Multi Level Marketing* Syariah HNI HPAI**

Multi Level Marketing saat ini sudah banyak diminati masyarakat, banyak perusahaan yang mengatakan sistem yang mereka gunakan adalah MLM. MLM banyak diminati karena berbagai bonus dan kemudahan yang diberikan. Mulai dari adanya diskon masuk menjadi member, bonus dan royalti yang banyak dan menarik sampai minimalnya biaya promosi yang dikeluarkan Agen, karena sudah ditangani oleh distributor dengan sistem jaringan berjenjang ini, sehingga sistem ini dapat menciptakan Agen-Agen baru yang banyak.

Perusahaan PT. Herba Penawar Al-Wahida melakukan penjualan dengan sistem *multi level marketing* Syariah. Dimana yang termasuk di dalam sistemnya yaitu bagaimana Agen memprospek calon mitranya, cara penjualan produknya, bonus yang didapatkan haruslah berbasis Syariah.

---

<sup>42</sup>Zulchaidir B. Firly Ramly, *The Master Book To Be The Best Market Leader*, 181-194.

## 1. Perekrutan

Sesuai dengan sistem penjualannya yaitu *marketing network*, maka HNI mengandalkan member atau mitra dalam pemasaran produk-produknya, baik untuk dipakai pribadi maupun untuk ditawarkan kepada konsumen. Semua perusahaan yang memakai sistem MLM pasti akan merekrut calon mitra. Akan ada sponsor atau orang yang mengajak kita untuk bergabung dalam bisnis ini melalui pendaftaran member. Pendaftaran member HNI memiliki persyaratan :

- a) Berusia 17 Tahun dengan adanya Kartu Tanda Penduduk (KTP) yang memuat informasi pribadi yang diperlukan dalam registrasi Agen.
- b) Dapat memilih paket pendaftaran dengan harga Rp 10.000 (menjadi Agen dengan mendapatkan ID Agen) atau Rp 30.000 (benefit mendapatkan ID card dan brosur *success plan* dan katalog produk), walaupun harga paket berbeda, keduanya akan mendapatkan harga diskon atau harga member setiap pembelian produk dan mendapatkan poin.
- c) Nomor HP yang aktif
- d) Email pribadi dengan mengisi nama rekening bank dan nomor rekeningnya, apabila ingin mencairkan bonus dapat ditransferkan ke rekening pribadi. Setelah bergabung menjadi member maka, member tersebut biasa merekrut member lain dengan persyaratan yang sama.

Di dalam HNI ada istilah yang dinamakan GESIT (Gemar Silaturahmi Produktif) - PCA (Pakai, Cerita, Ajak). Salah satu kunci kesuksesan adalah

semangat Silaturahmi. Kita tidak pernah tahu rezeki kita berada ditangan siapa, maka dari itu kita harus menjemput rezeki kita dengan Silaturahmi.<sup>43</sup>

Pakai, Cerita dan Ajak. Pakai produk sesuai dengan kebutuhan sehari-hari seperti pasta gigi, sabun, kopi dan teh. Ceritakan manfaat apa yang kita rasakan setelah memakai produk kepada orang lain, bisa dimulai dengan orang terdekat lebih dahulu. Kemudian Ajak untuk hijrah produk, bergabung dan mengikuti pembinaan seperti *Home Sharing*.

## 2. Pembinaan Mitra (Konsultasi, HM dan LM)

Konsultasi adalah inti dari jalan yang ditapaki untuk membawa kita ke puncak kesuksesan. Dalam artian kita harus memiliki pembimbing atau mentor yang akan memberikan sejumlah pengetahuan dan pengalamannya kepada kita.

Manfaat dari *Home Sharing* dapat memperkuat ruhiyah dan semangat kita untuk berjuang di HNI dalam nilai-nilai kebajikan Islam dan Dakwah; dapat berbagi pengalaman, mentransfer semangat serta konsultasi tantangan dan kendala dalam bisnis HNI; merencanakan kegiatan sepekan berikutnya; mempererat rasa kekeluargaan sesama Agen;<sup>44</sup> fasilitator potensi solidnya *team* kerja yang dibingkai dalam Cara Kerja Benar (CaKeB) sesuai *support system*.<sup>45</sup>

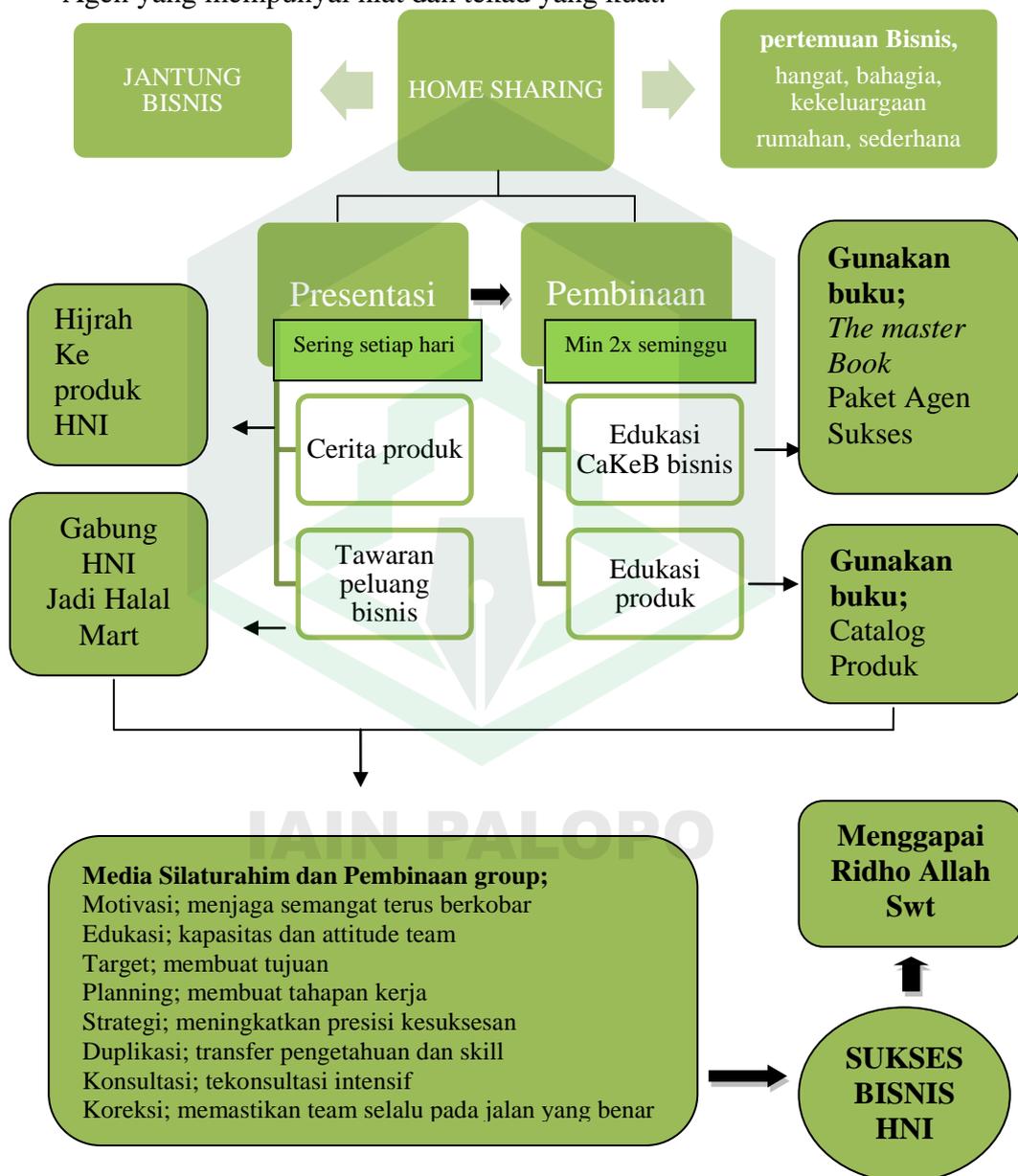
*Leaders meeting* (LM) merupakan peluasan dari Pembinaan HS, sebagai gabungan para *Team Leader* dan *Team Solid* dalam grup, untuk melihat lebih

<sup>43</sup>Zulchaidir B. Firly Ramly, *The Master Book To Be The Best Market Leader*, 196.

<sup>44</sup>Halal Network International, *Buku Paket Agen Sukses*, Edisi Revisi (Jakarta Timur: CELLS, 2018), 91-92.

<sup>45</sup>Zulchaidir B. Firly Ramly, *The Master Book To Be The Best Market Leader*, 251.

jauh prestasi dan kinerja yang sudah dikerjakan dan diraih, sekaligus merencanakan capaian kedepan dengan strategis yang jelas dan mendetail. Tujuan LM untuk membuat rancangan tercapainya LED yang banyak dan berkualitas dalam *group*,<sup>46</sup> berarti Agen yang siap menjadi pemimpin adalah Agen yang mempunyai niat dan tekad yang kuat.



Gambar 4. 7 Skema Home Sharing Bisnis HNI

<sup>46</sup>Zulchaidir B. Firly Ramly, *The Master Book To Be The Best Market Leader*,251.

### 3. Pendistribusian Produk

Produk yang dipasarkan kepada mitra dan konsumen memiliki alur pendistribusian dari pabrik, pedagang besar, grosir besar, toko/pengecer/Agen lalu sampai ke konsumen akhir.

#### a) Pabrik

Ada dua tahapan sebelum akhirnya bahan masuk pabrik, yaitu menyediakan bahan baku dan pemasokan produk, sebelum kemudian diolah menjadi produk akhir dan siap dijual.

#### b) Pedagang Besar/ *Wholesaler*

Produk yang telah menjadi produk akhir selanjutnya akan diambil pertama kali oleh pedagang besar dalam jumlah yang banyak. Ada juga pedagang besar yang telah menjadi bagian dari perusahaan seperti di HNI.

#### c) Grosir Besar

Kadang dari Pedagang Besar tidak langsung turun ke pengecer apalagi konsumen akhir, melainkan turun dulu ke grosir besar, lalu ke sub grosir, lalu ke Agen besar, lalu ke sub Agen terakhir ke pengecer. Grosir besar biasa membuat toko atau market sendiri untuk menambah nilai keuntungan, memotong alur distribusi langsung ke konsumen akhir.

#### d) Toko/Pengecer

Pengecer merupakan pedagang paling akhir yang langsung bertemu dengan konsumen akhir yaitu Agen.

#### e) Biaya Distribusi dan Biaya Iklan

Sebelum produk sampai ke tangan konsumen akhir, akan ada yang namanya Distributor dan Bintang Iklan yang disebut dengan biaya Distribusi dan biaya Iklan. Produk tidak akan diminati oleh calon konsumen jika tidak ada yang dapat menarik perhatian dalam hal ini iklan atau promosi. Terjualnya produk bukan hanya berada pada iklan, tetapi juga pada distribusi produknya, produk tidak akan sampai ke tangan konsumen jika tidak ada distributor. Maka dari itu, biaya distribusi dan iklan relatif besar.

HNI sendiri memiliki tiga bagian yang memengaruhi harga produk.

##### (1) Biaya Distribusi

Biaya distribusi yang menjadi keuntungan Agen dalam HNI yaitu selisih harga konsumen dengan harga beli distributor yaitu Agen. Jika Agen menjual langsung kepada konsumen maka selisih harga konsumennya itu adalah keuntungan Agen sendiri untuk dikantongi, jika Agen membeli untuk keperluan pribadi maka keuntungannya adalah Agen mendapat harga diskon.

Namun, bukan berarti perusahaan tidak menanggung biaya distributor, biaya distributor akan ditanggung saat pengiriman produk ke wilayah Indonesia dan luar negeri.<sup>47</sup>

##### (2) Promo Marketing di HNI

HNI memberikan biaya promosi untuk menyemangati pasar dan Agen agar dapat meraih kesuksesan dalam bisnis ini serta meningkatkan karir Agen. Anggaran promo yang digunakan sebagai bentuk penghargaan atas capaian

---

<sup>47</sup>Zulchaidir B. Firly Ramly, *The Master Book To Be The Best Market Leader*, 169

prestasi sesuai dengan Promo Marketing yang dikeluarkan HNI pada waktu itu.

Anggaran yang digunakan oleh perusahaan untuk memberikan penghargaan adalah keuntungan perusahaan yang dipisahkan khusus untuk Promo Marketing ini.<sup>48</sup>

### (3) Poin Produk HNI

*Point Value (PV)* adalah istilah yang digunakan dalam bisnis MLM untuk menunjukkan suatu poin dari produk. Poin yang ada di HNI adalah milik banyak orang dan menjadi hak banyak orang. Hak poin itu didapat jika Agen membeli produk di Agen Stok, diantaranya:

- (a) Hak Agen yang membeli produk tersebut,
- (b) Hak Mentor dan seluruh *Leader* dari Agen yang membeli produk tersebut,
- (c) Hak si Agen Stok tempat Agen tersebut membeli produk,
- (d) Hak rekan-rekan Agen HNI yang *Crossline*.

### 4. Keuntungan Agen HNI

#### a) Diskon

Syarat untuk mendapatkan diskon di HNI adalah menjadi Agen. Belanja di Agen Stok manapun akan tetap mendapatkan harga diskon dengan memperlihatkan ID Agen baik yang fisik maupun virtual dan berlakunya harga diskon ini tidak memiliki syarat belanja produk minimum. Diskon yang didapatkan berkisar 10% - 33% dari masing-masing produk dengan harga yang bervariasi.

---

<sup>48</sup>Zulchaidir B. Firly Ramly, *The Master Book To Be The Best Market Leader*, 169.

Sebagai contoh :

Produk A 80/60/20

Penjelasan,

Harga Konsumen Rp 80.000,-

Harga Agen Rp 60.000,-

20 PV

Maka keuntungan dari diskon langsung

Rp 80.000 – Rp 60.000

= Rp20.000

b) Bonus

Bonus yang diberikan kepada Agen berdasarkan jumlah poin yang diinput dalam AVO.



Gambar 4. 8 Point diinput menjadi Bonus Uang

Poin yang diinput akan menjadi Bonus Uang, maka dipastikan membeli produk HNI hanya di Agen Stok Halal Mart HNI yang ada diseluruh Indonesia, dengan memperlihatkan ID HNI maka poin akan diinputkan dan juga mendapat harga diskon member. Poin yang telah diinput bisa Agen cek di AVO (*Agent Virtual Office*).

$$1 \text{ POINT VALUE (PV)} = \text{Rp}1000,-$$

Gambar 4. 9 Formula Nilai Konversi Point Value HNI

Formula ini adalah dasar dari perhitungan bonus dan royalti di HNI. Begitu banyak standar dalam *success plan* yang bisa didapatkan. Namun, target prestasi dan poin group bersih adalah dasar dari semua standar tersebut. Kita akan mempunyai bisnis yang besar jika kita memenuhi kedua standar ini<sup>49</sup>

Poin Group atau omset group adalah penjumlahan seluruh total nilai penjualan berdasarkan poin bersama group dalam masa satu bulan atau dalam waktu tertentu, kita dapat cek secara berkala di AVO Agen.

Target Prestasi adalah target prestasi yang berdasarkan atas poin pembelian pribadi Agen HNI dalam satu bulan yang menjadi dasar ukuran terpenuhinya akad *al-ju'alah* (akad bonus bersyarat) untuk perhitungan bonus dan royalti Agen HNI tersebut sesuai *Succes Plan*.<sup>50</sup>

Jadi selain mendapat diskon produk di HNI juga mendapatkan bonus/ *cash back*, meski hanya membeli satu produk saja.

<sup>49</sup>Halal Network International, *Buku Paket Agen Sukses*, 52.

<sup>50</sup>Zulchaidir B. Firly Ramly, *The Master Book To Be The Best Market Leader*, 173-174.

Tabel 4. 5 Simulasi Bonus *Cash Back Manager*

Simulasi Bonus <i>Cash Back</i> bagi seorang Manager (20%)						
Produk	N (pcs)	HK (Rp)	HA (Rp)	PV	Untung Diskon/ langsung (HK- HA) (Rp)	<i>Cash Back</i> (Rp)
AA	1	80.000	60.000	20	20.000	4.000
BB	1	130.000	100.000	40	30.000	8.000
CC	1	130.000	100.000	40	30.000	8.000
Total	3	340.000	260.000	100	80.000	20.000
Total untung Diskon + <i>cash back</i> =					100.000	

## c) Royalti

Royalti merupakan hasil kerja Agen HNI di dunia, kita akan mendapatkan bagian atas kerja keras kita masing-masing tentunya berdasarkan syarat dan ketentuan.

Misalnya kita selama tiga bulan berturut-turut berbelanja minimal 200 PV dan setiap bulan berikutnya belanja minimal 200 PV, maka sejak bulan ketiga dan seterusnya Diskon+Bonus+Royalti dapat kita raih. Tetapi royalti dasar yang dimaksud yaitu Royalti Stabilitas Belanja (RSB) saja.

Tabel 4. 6 Simulasi Contoh Royalti Stabilitas Belanja

Simulasi Royalti 200/600 PV												
BLN	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
TP	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
	-	-	R	R	-	-	-	R	R	R	R	R
TP	600	200	200	100	200	200	200	200	100	600	200	200
	R	R	R	-	-	-	R	R	-	R	R	R

d) Promo

Promo Marketing secara berkala dan terbatas waktu selalu ada di HNI, contoh promonya bisa dilihat pada Aplikasi Mobile HNI. Jika kita mengikuti *success plan* dengan serius maka kita dapat sukses dan dapat meraih promo-promo menarik di HNI.

e) Agen Stok

Agen Stok Halal Mart adalah cara untuk mendapatkan keuntungan tambahan di HNI dengan memulai dari *Stock Center* atau *Distribution Center*.

### C. Pemberlakuan Regulasi Pemasaran HNI HPAI Agen Stok Kota Palopo

HNI HPAI berbisnis dengan sistem *Network Marketing Syariah* dalam artian HNI memasarkan produknya melalui jaringan Agen yang telah direkrut dengan biaya pendaftaran yang murah, kemudian dibina, melakukan pembelian, mendapatkan bonus dan royalti, dan membangun tim solid agar jaringan dapat kokoh serta semakin menambah Agen yang ingin Hijrah produk.

Agen HPAI telah tersebar di seluruh wilayah Indonesia, salah satunya berada di Kota Palopo yang telah penulis jadikan tempat untuk meneliti, lebih tepatnya pada Agen Stok Kota Palopo.

#### 1. Merekrut Calon Agen dengan Cara PCA (Pakai, Cerita dan Ajak)

Pemasaran yang menggunakan sistem jaringan berjenjang, awal mula praktiknya itu dengan merekrut calon Agen baru. Agen baru ini akan diberi bimbingan mengenai sistem bisnis mereka oleh *upline* atau Agen yang merekrutnya.

HNI HPAI dalam merekrut Agen baru akan memberikan dua pilihan biaya registrasi, yang pertama dengan harga Rp 10.000,- dimana dengan harga ini Agen mendapatkan *virtual card* (kartu digital) member saja, namun dapat digunakan untuk membeli produk dengan harga diskon dan dengan adanya nomor ID, Agen dapat mengakses *AVO (Agent Virtual Office)* untuk melihat perkembangan bisnis Agen dan yang lainnya. Kedua, dengan harga Rp 30.000,- dimana Agen akan mendapatkan Kartu Agen secara fisik, brosur panduan dan katalog produk.

PCA (Pakai, Cerita dan Ajak) adalah istilah yang digunakan untuk merekrut Agen baru agar menjadi Agen yang tidak hanya mementingkan bonus dari penjualan, tetapi dapat merasakan sendiri manfaat dari produk HPAI dan hijrah dari produk yang berbahan kimia.

Pilih beberapa produk yang menjadi kebutuhan sehari-hari seperti sabun, pasta gigi, teh, kopi, dan lainnya untuk digunakan pribadi, lalu ceritakan manfaat yang dirasakan saat menggunakan produk tersebut kepada orang lain terutama kepada orang terdekat dulu seperti keluarga dan terakhir cobalah ajak untuk merasakan sendiri manfaat dari produknya dan hijrah dari produk-produk yang dapat membahayakan kesehatan tubuh.

## 2. Pemasaran Produk HNI HPAI Secara *Online* dan *Offline* pada Agen Stok Kota Palopo.

Pemasaran produk HNI pada Agen stok Palopo memakai dua metode yaitu secara *online* dan *offline*. Produk yang ada di HNI HPAI melalui para Agen akan diposting di whatsapp, instagram dan facebook untuk memperkenalkan

terlebih dahulu produk yang dimiliki HNI. Bukan hanya memperkenalkan produk apa yang dipasarkan tetapi juga memberikan edukasi mengenai penyakit dan herbal apa yang dibutuhkan pun testimoni orang-orang yang telah merasakan manfaat dari produk. Setelah ada yang tertarik dan memesan akan diantarkan sesuai alamat.

Sedangkan melalui *offline* Agen memasarkan produknya dengan sistem PCA. Ketika ada konsumen maupun Agen yang hendak berbelanja, mereka bisa ke Agen Stok Halal Mart terdekat dimanapun, tidak ada aturan untuk berbelanja disatu tempat saja.

Baik *online* dan *offline* jika terdaftar sebagai Agen maka wajib untuk menunjukkan kartu Agennya bisa kartu fisik maupun *virtual* dan baik itu Agen yang mendaftar dengan harga Rp10.000,- maupun Rp30.000,- akan mendapatkan harga diskon, lalu diinputkan poin produknya ke ID Agen walaupun hanya membeli satu produk. Bagi konsumen *non* Agen akan ditetapkan dengan harga konsumen sesuai dengan aturan perusahaan.

### 3. Membina dan Membuat Agen Istiqomah di HNI HPAI

Permasalahan utama setiap bisnis MLM adalah mudah untuk merekrut Agen, namun sulit untuk mempertahankan. Agen biasanya akan sangat bersemangat di awal dirinya menjadi member, namun jika hayalan terlalu tinggi atas bonus yang menggunung tetapi usaha hanya setinggi gubuk dikaki gunung, para Agen akan kekurangan semangatnya dalam menjalani bisnis tersebut.

Maka dari itu, *upline* memiliki tanggungjawab untuk tetap mempertahankan mitranya. Banyak cara yang bisa dilakukan yang pertama, harus menyemangati diri sendiri baru menyemangati mitra/Agen. Yang kedua, jika bertemu Agen di jalan, sapa dan tegur dia agar merasa bahwa dia dipedulikan dan membangun komunikasi melalui media social.

Terakhir dan yang paling penting adalah melakukan pembinaan dengan memberikan edukasi mengenai bisnis HNI HPAI ini. HNI dalam buku *success plan* menjadikan pembinaan sebagai jantung bisnis. *Home Sharing* adalah istilah yang digunakan dalam membina dan membangun tim yang solid. Pada *Home Sharing* baik itu berpangkat Manager, Senior Manager dan seterusnya dapat memberikan edukasi kepada mitra, yang dimulai dari dasar.

Pengenalan terhadap HNI HPAI dapat menjadi langkah awal bagi Agen baru, lanjut ke tahap pengenalan produk dan keunggulannya dari produk lain yang sejenis, sistem *mobile* HNI, resep-resep pengobatan, cara membangun tim yang solid dan kegiatan lain yang dapat membuat Agen merasa semangat untuk mengajak orang lain untuk hijrah produk.

#### 4. Pendistribusian Produk pada Agen Stok Kota Palopo

PT. HPAI merupakan produsen atas produk-produk yang ada di HNI HPAI yang mendistribusikan produknya kepada Agen di seluruh wilayah Indonesia dalam satu wilayah, Agen dapat membeli produk langsung kepada BC (*Bussiness Center*), namun untuk memudahkan Agen maka Agen Stok baik AC, DC dan SC akan menyetok produk di Halal Mart mereka.

Sebagai Agen Biasa (AB) selain melakukan perekrutan Agen baru pun yang dilakukan adalah menjual produk HNI baik ke sesama Agen maupun konsumen non member. Jika Agen tidak memiliki produk untuk dijual maka Agen dapat membeli produk kepada Agen stok dengan harga diskon kemudian menjualnya kepada konsumen non member tadi dengan harga konsumen.

#### 5. Penetapan Harga Produk ke Agen dan Konsumen

Semua harga yang diberikan Agen Stok kepada Agen adalah harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan, dalam artian dalam penjualan produk tidak boleh menjual dengan harga diluar harga yang ditetapkan. Jika Agen ketahuan melakukan pelanggaran ini, maka Agen tersebut akan diberikan sanksi oleh perusahaan.

Setiap Agen yang hendak membeli produk bisa pergi ke Agen Stok terdekat. Agen Stok akan menanyakan kartu Agen untuk dapat memberikan harga Agen atau harga diskon. Misalnya pada produk Minyak Zaitun Region 1-2 tertulis pada katalog produk Rp 24.000,- kode 20/5. Maka sebagai Agen akan diberi harga Rp 20.000,-. Sedangkan untuk konsumen *non* Agen akan diberi harga Rp 24.000,-.<sup>51</sup>

#### 6. Pemberian Bonus Kepada Agen

Bonus hanya didapatkan oleh Agen yang terdaftar. Seperti penjelasan dalam perekrutan Agen, bahwa Agen berhak mendapatkan ID untuk mendapatkan harga diskon produk, juga untuk mendapatkan poin yang

---

<sup>51</sup>Halal Network International, *Buku Katalog Produk*, 52.

diinput ke dalam *AVO* yang nantinya dapat diuangkan. Jadi bagi konsumen non member tidak mendapatkan bonus maupun diskon produk meskipun membeli banyak produk.

Bonus setiap produk HNI memiliki kode poin. Saat Agen berbelanja produk pada Agen Stok, Agen wajib memperlihatkan ID yang menunjukkan bahwa dirinya adalah Agen resmi HNI HPAI, kemudian Agen Stok bertanggungjawab untuk menginput poin yang terdapat pada produk ke dalam ID Agen yang berbelanja. Poin-poin tersebut yang akan dirupiahkan dimana 1 poin sama dengan Rp1000,-.

Bonus lain yang bisa didapatkan adalah dengan merekrut banyak mitra. Jika kita berhasil merekrut 10 Agen dan masing-masing Agen dapat berbelanja pribadi minimal 200PV maka kita akan naik pangkat menjadi Manager 20%. Syarat mendapat bonus group dengan menjadi Manager aktif dan mitranya juga memiliki level minimal M aktif serta belanja perbulan minimal 200 poin, maka bonus group bisa didapatkan. Jadi semakin tinggi level, semakin banyak pula bonus group yang didapatkan. Kerja keras adalah kuncinya.

Berikut tanggapan 4 Agen Stok yang berada di Kota Palopo mengenai HNI HPAI.

## a. Tidak Terdapat Unsur Iming-Iming dalam Memprospek Calon Agen

Tabel 4.7 Tidak Adanya Unsur Iming-Iming dalam Prospek Calon Agen

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	2	50%
2	Setuju	1	25%
3	Tidak Setuju	1	25%
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	4	100%

Sumber : Data Olahan Kuesioner

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang memilih alternatif jawaban sangat setuju adalah dua orang (50%), yang memilih alternatif jawaban setuju sebanyak satu orang (25%) dan yang menyatakan tidak setuju ada satu orang (25%).

## b. Mudah Membuat Agen/Mitra untuk Bertahan di HNI

Tabel 4. 8 Tidak Sulit untuk Agen Mempertahankan Mitra

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	1	25%
2	Setuju	3	75%
3	Tidak Setuju	-	-
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	4	100%

Sumber : Data Olahan Kuesioner

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang memilih alternatif jawaban sangat setuju sebanyak satu orang (25%) dan yang memilih alternatif jawaban setuju sebanyak tiga orang (75%).

## c. Harga Pendaftaran HNI Murah

Tabel 4. 9 Harga Pendaftaran Calon Agen HNI Murah

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	3	75%
2	Setuju	1	25%
3	Tidak Setuju	-	-
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	4	100%

Sumber : Data Olahan Kuesioner

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang memilih alternatif jawaban sangat setuju sebanyak tiga orang (75%) dan yang memilih alternatif jawaban setuju sebanyak satu orang (25%).

## d. Produk yang Ditawarkan HNI Kepada Konsumen Harganya Terjangkau

Tabel 4. 10 Harga Beli Produk HNI Terjangkau

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	3	75%
2	Setuju	1	25%
3	Tidak Setuju	-	-
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	4	100%

Sumber : Data Olahan Kuesioner

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang memilih alternatif jawaban sangat setuju sebanyak tiga orang (75%) dan yang memilih alternatif jawaban setuju sebanyak satu orang (25%).

## e. HNI dalam Mempromosikan Produknya Sudah Efektif

Tabel 4. 11 Promosi Produk HNI Sudah Efektif

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	-	-
2	Setuju	4	100%
3	Tidak Setuju	-	-
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	4	100%

Sumber : Data Olahan Kuesioner

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang memilih alternatif jawaban setuju sebanyak empat orang (100%).

## f. HNI Memiliki Kualitas Produk yang Baik

Tabel 4. 12 Kualitas Produk HNI Sangat Baik

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	4	100%
2	Setuju	-	-
3	Tidak Setuju	-	-
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	4	100%

Sumber : Data Olahan Kuesioner

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang memilih alternatif jawaban sangat setuju sebanyak empat orang (100%).

## g. Sangat Mudah untuk Mendapatkan Keuntungan di HNI

Tabel 4. 13 Mudah Meraih Keuntungan di HNI

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	2	50%
2	Setuju	2	50%
3	Tidak Setuju	-	-
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	4	100%

Sumber : Data Olahan Kuesioner

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang memilih alternatif jawaban sangat setuju sebanyak dua orang (50%) yang memilih alternatif jawaban setuju sebanyak dua orang (50%).

h. Bonus Penjualan Agen Sesuai dengan Hasil Kerja

Tabel 4. 14 Hasil Kerja Sebanding dengan Bonus

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	3	75%
2	Setuju	1	25%
3	Tidak Setuju	-	-
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	4	100%

Sumber : Data Olahan Kuesioner

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang memilih alternatif jawaban sangat setuju sebanyak tiga orang (75%) dan yang memilih alternatif jawaban setuju sebanyak satu orang (25%).

i. Terdapat Bonus Pasif dalam Sistem Pemasaran HNI

Tabel 4. 15 Tidak Terdapat Bonus Pasif pada Agen Stok Palopo

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	-	-
2	Setuju	-	-
3	Tidak Setuju	1	25%
4	Sangat Tidak Setuju	3	75%
	Total	4	100%

Sumber : Data Olahan Kuesioner

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang memilih alternatif jawaban tidak setuju sebanyak satu orang (25%) dan yang memilih alternatif jawaban setuju sebanyak tiga orang (75%).

j. Terdapat Unsur *Gharar* (ketidakjelasan) dalam Transaksi Produk HNI

Tabel 4. 16 Tidak Terdapat Gharar pada Transaksi Produk Agen Stok Palopo

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	1	25%
2	Setuju	1	25%
3	Tidak Setuju	2	50%
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	4	100%

Sumber : Data Olahan Kuesioner

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang memilih alternatif jawaban sangat setuju sebanyak satu orang (25%), yang memilih alternatif jawaban setuju sebanyak satu orang (25%) dan yang memilih alternatif jawaban tidak setuju sebanyak dua orang (50%).

#### D. Analisis Pemasaran dengan sistem *Multi Level Marketing* pada HNI PT. HPAI Agen Stok Kota Palopo berdasarkan Hukum Ekonomi Syariah

Kaidah Fiqih mengenai Hukum Jual Beli dalam Islam:

الأَصْلُ فِي الْأَشْيَاءِ إِلَّا بَاحَةٌ حَتَّى يَدُلَّ الدَّلِيلُ عَلَى التَّحْرِيمِ

Artinya:

“*Hukum asal dari sesuatu (muamalah) adalah mubah sampai ada dalil yang melarangnya (memakruhkannya atau mengharamkannya)*”.<sup>52</sup>

Berikut dalil mengenai jual beli dalam QS. Al-Baqarah ayat 275 :

... وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ...

Terjemahnya:

“*Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.*”<sup>53</sup>

<sup>52</sup>Mardani, *Hukum Sistem Ekonomi Islam*, Edisi 1, Cet.2 (Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2017), 284.

<sup>53</sup>Kementerian Agama RI, *Al-Fattah Al-Qur'an 20 Baris Terjemah (Terjemah Dua Muka)*, (Bandung: CV Mikraj Khazanah Ilmu, 2011), 25.

Segala bentuk jual beli adalah boleh selama belum ada dalil yang melarang jual beli tersebut. Pada bisnis *Multi Level Marketing* ada beberapa sistem yang harus memenuhi Hukum Ekonomi Syariahnya. Sistem pemasaran pada HNI HPAI Kota Palopo mengikuti ketentuan yang dibuat oleh perusahaan. Berikut analisis penulis.

1. Merekrut Calon Agen dengan Cara PCA (Pakai, Cerita dan Ajak)

*Upline* yang mendaftarkan *downline* barunya akan memberikan pilihan harga registrasi. Harga Rp10.000,- digunakan Agen untuk mendaftarkan calon Agen di *AVO*, dimana akan dikenakan biaya registrasi sebesar Rp10.000,- untuk 1 (satu) saldo pendaftaran pada *AVO*, Agen sudah bisa mendapatkan ID Agen berupa kartu digital, diskon harga produk, akses *AVO*, akses jalur distribusi, *merchant* diskon dan pendampingan serta dapat memasarkan produk kepada non member dengan harga konsumen.

Begitupun dengan harga registrasi yang Rp30.000,-. Dimana Rp 10.000 untuk membeli saldo pendaftaran, Rp 10.000 untuk kartu fisik, Rp 10.000 untuk brosur panduan dan brosur katalog produk, ditambah mendapatkan diskon produk.

Bisa dilihat dalam perekrutan Agen baru tidak ada komisi sepeserpun yang di ambil oleh *upline*, biaya yang diberi oleh Agen baru semata-mata untuk registrasi Agen, *reward* yang memang seharusnya didapatkan dan untuk memperluas jaringan serta bonus yang didapatkan melalui penjualan produk.

Sehingga tidak ada *money game*, yang mana komisi didapatkan dari perekrutan member. Cara kerja *money game* yaitu semakin banyak member yang direkrut maka semakin banyak komisi yang didapat.<sup>54</sup> Sudah jelas juga bahwa HNI memakai sistem PCA. Dimana Agen yang memakai sendiri produk, cerita manfaat dan mengajak orang lain untuk hijrah ke produk herbal.

## 2. Pemasaran Produk HNI HPAI Secara *Online* dan *Offline* pada Agen Stok Kota Palopo.

Pemasaran produk pada Agen Stok yang ada di Kota Palopo yaitu dengan pemesanan via media sosial lalu diantarkan dan juga dapat datang langsung ke Halal Mart Agen Stok. Namun, Agen juga tidak diberi batasan harus memesan pada Agen Stok saja, para Agen dapat juga berbelanja produk di *Bussiness Center* wilayah mereka.

Dalam pemasaran atau jual beli ada rukun-rukun yang harus dipenuhi agar penjualan tersebut sah dan sesuai Syariah. Diantaranya :

- a. Adanya orang yang bertransaksi, yaitu ada penjual (*Bai'*) dan ada pembeli (*Mustari*).

Pelaku di HNI yang bertindak sebagai penjual adalah Agen terdaftar HNI sedangkan yang bertindak sebagai pembeli adalah Agen HNI sendiri maupun konsumen.

---

<sup>54</sup>Anita Rahmawaty, "Bisnis Multilevel Marketing Dalam Perspektif Islam", Volume 2, No.1( Juni 2014): 76 <https://journal.iainkudus.ac.id/> Diakses tanggal 20 Maret 2021 pukul 14.20 WITA.

b. Adanya transaksi dan objek yang diperjualbelikan yaitu harga dan barang.

HNI HPAI sudah jelas memiliki barang yang diperjualbelikan yaitu produk-produk kebutuhan sehari-hari, produk pengobatan herbal, produk-produk kecantikan, dan fashion.

c. Adanya Ijab dan Qabul (*shighah*)

Akad Ijab dan qabul yang dilakukan oleh penjual dan pembeli tidak harus dituliskan atau diucapkan dengan lantang. Serah terima barang dan uang secara ridho oleh keduanya sudah termasuk dalam *shighah*.

Bila tidak terpenuhinya tujuh syarat akad, maka jual beli itu termasuk tidak sah. Berikut tujuh syarat sah jual beli:

1) Kedua belah pihak yang bertransaksi harus saling rela atau ridho.

Tidak akan sahnya suatu transaksi akad jika salah satu diantara penjual dan pembeli ada yang tidak rela. Allah berfirman dalam QS. An-nisaa' (4) ayat 29:

...لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونُوا بَيْنَ رَهْ عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ...

Terjemahnya:

*"Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu."*<sup>55</sup>

2) Orang yang dapat melakukan akad.

Orang yang boleh akad adalah orang yang balig, memiliki akal, dan memahami apa yang ditransaksikan. Maka dari itu anak kecil atau di bawah umur, orang yang kehilangan kewarasannya, tanpa izin walinya tidak sah.

<sup>55</sup>Kementerian Agama RI, *Al-Fattah Al-Qur'an 20 Baris Terjemah (Terjemah Dua Muka)*, (Bandung: CV Mikraj Khazanah Ilmu, 2011),43.

Semua Agen yang terdaftar dalam HNI adalah orang yang telah berumur minimal 17 tahun. Saat awal pendaftaran keterangan yang diminta oleh *upline* berupa identitas pribadi yang ada pada KTP.

3) Barang yang menjadi objek transaksi dimiliki oleh kedua pihak.

Barang yang tidak dimiliki tidak akan sah jual belinya. Produk yang diperjualbelikan di HNI adalah produk yang diproduksi terlebih dahulu oleh perusahaan kemudian dikirim ke daerah yang memerlukan produk. Pada Agen Stok Palopo produk telah tersedia di BC dan Agen bisa langsung beli di BC maupun ke Agen Stok. Dalam hal ini produk hanya diwakilkan kepada Agen dan itu boleh dalam Syariah.

4) Barang yang dijual yaitu barang yang tidak diharamkan Agama.

Tidak sah akad jual beli jika barang yang dijual adalah barang haram seperti khamar dan semua barang yang mengandung babi. HNI HPAI memiliki produk yang jelas kandungannya, makanan dan minuman sehari-hari, nutrisi, obat-obatnya sudah jelas berasal dari bahan-bahan herbal.

5) Objek transaksi merupakan barang yang sudah biasa diperjualbelikan.

Tidak sahnya jual beli jika penjual menjual barang yang tidak biasa atau tidak jelas untuk di jual seakan-akan transaksi ini adalah main-main seperti menjual burung yang ada di langit.

6) Objek yang diperjualbelikan diketahui oleh kedua pihak saat transaksi.

Produk yang dijual di HNI akan mudah untuk diketahui karena dalam transaksi pembeli akan datang ke Agen Stok untuk melihat dan membeli barangnya. Unsur penipuan sangat tidak diperbolehkan.

حَدَّثَنَا عَبْدُ اللَّهِ بْنُ إِدْرِيسَ وَيَحْيَى بْنُ سَعِيدٍ وَأَبُو أُسَامَةَ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ ح وَحَدَّثَنِي زُهَيْرُ بْنُ حَرْبٍ وَاللَّفْظُ لَهُ حَدَّثَنَا يَحْيَى بْنُ سَعِيدٍ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ حَدَّثَنِي أَبُو الزِّنَادِ عَنْ الْأَعْرَجِ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْحِصَاةِ وَعَنْ بَيْعِ الْعَرْرِ. (رواه مسلم).

Artinya:

“Telah menceritakan kepada kami Abdullah bin Idris dan Yahya bin Sa'id serta Abu Usamah dari Ubaidillah. Dan diriwayatkan dari jalur lain, telah menceritakan kepadaku Zuhair bin Harb sedangkan lafazh darinya, telah menceritakan kepada kami Yahya bin Sa'id dari 'Ubaidillah telah menceritakan kepadaku Abu Az Zinad dari Al A'raj dari Abu Hurairah dia berkata; Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam melarang jual beli dengan cara hashah (yaitu: jual beli dengan melempar kerikil) dan cara lain yang mengandung unsur penipuan.” (HR. Muslim).<sup>56</sup>

7) Adanya harga yang jelas saat transaksi.<sup>57</sup>

Agen yang akan menjual produk tidak memberi harga sesuai keinginan mereka. Produk-produk HNI telah diberikan harga oleh perusahaan berupa harga member dan harga konsumen. Sehingga Agen tidak dapat melakukan penipuan terhadap harganya.

Mengenai Pemasaran produk HNI HPAI dapat diketahui bahwa HPAI memakai sistem *Multi Level Marketing* yang berarti member atau Agen menjadi titik tumpu dalam penjualan produk, melalui tangan Agenlah produk akan sampai kepada konsumen.

Saat Agen merupakan *downline* dari salah satu jaringan HNI, Agen tersebut tidak ada keharusan untuk membeli produk HNI hanya dari *upline*-nya, pun menjual produk kepada *downline*-nya saja. Agen tersebut dapat

<sup>56</sup>Abu Husain Muslim bin Hajjaj Alqusyairi Annaisaburi, *Shahih Muslim*, Kitab. Al-Buyu', Juz. 2, No. 1513, (Darul Fikri: Bairut-Libanon, 1993 M), 4.

<sup>57</sup>Mardani, *Fiqhi Ekonomi Syariah*, Edisi Pertama (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019), 104.

membeli dan menjual produk HNI dari jaringan mana saja karena HNI memiliki konsep kebebasan.

Meski memiliki konsep kebebasan, bukan berarti Agen bebas dalam pemasaran produk tanpa memperhatikan Syariah Islam, maka dari itu HNI mengeluarkan buku keagenan yang dapat menjadi acuan para Agen, seperti Buku Paket Agen Sukses yang berisi kiat-kiat menjadi Agen yang sukses, memberi pemahaman mengenai bisnis MLM Syariah, pemahaman mengenai *support system* HNI sampai buku KHT yang memberi pengetahuan mengenai obat-obat herbal pengobatan. Sehingga tidak hanya mendapatkan keuntungan dan manfaat produk tetapi juga mendapatkan keberkahan dalam penjualan.

### 3. Membina dan Membuat Agen Istiqomah di HNI HPAI

Setelah perekrutan, Agen akan dibina oleh *upline* atau mentor di jaringannya. *Home Sharing* adalah pembinaan dasar yang dilakukan secara rutin, tidak adanya pembinaan akan membuat Agen kebingungan dalam menjalankan bisnis dan tidak tahu hal dasar apa yang harus dilakukan. Dalam pembinaan ini kita akan di tuntut untuk menambah relasi demi meluasnya jaringan keagenan. Akan tetapi semakin banyak relasi semakin terbuka lebar pintu rezeki kita.

حَدَّثَنِي حَرَمَلَةُ بْنُ يَحْيَى التُّجَيْبِيُّ أَخْبَرَنَا ابْنُ وَهْبٍ أَخْبَرَنِي يُونُسُ عَنْ ابْنِ شَهَابٍ عَنْ  
 أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ قَالَ سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ مَنْ سَرَّهُ أَنْ يُبْسَطَ  
 عَلَيْهِ رِزْقُهُ أَوْ يُنْسَأَ فِي آثَرِهِ فَلْيَصِلْ رَحْمَهُ. (رواه مسلم).

Artinya:

*"Telah menceritakan kepadaku Harmalah bin Yahya At Tujibi; Telah mengabarkan kepada kami Ibnu Wahb; Telah mengabarkan kepadaku Yunus dari Ibnu Syihab dari Anas bin Malik dia berkata; Aku mendengar Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Barangsiapa yang ingin dilapangkan rezkinya, atau ingin dipanjangkan usianya, maka hendaklah dia menyambung silaturrahmi." (HR. Muslim).<sup>58</sup>*

#### 4. Pendistribusian Produk pada Agen Stok Kota Palopo

Produk yang telah diproduksi akan di distribusikan oleh PT. HPAI yang merupakan produsen atas produk-produk kepada Agen di seluruh wilayah Indonesia. Dalam satu wilayah, Agen dapat membeli produk langsung kepada BC (*Bussiness Center*), namun untuk memudahkan Agen maka Agen Stok baik AC, DC dan SC akan menyetok produk di Halal Mart mereka.

Pada kasus ini berarti HNI menghendaki kemudahan bagi semua Agennya. Agar Agen tidak akan melakukan kecurangan pemberian harga saat penjualan produk karena sulitnya untuk mendapatkan produk.

#### 5. Penetapan Harga Produk ke Agen dan Konsumen

Harga yang ditetapkan HNI HPAI ada dua macam yaitu harga Agen dan harga Konsumen. Dimana harga Agen diberikan kepada sesama Agen yang membeli produk sedangkan harga Konsumen adalah harga yang diberikan kepada konsumen non member.

Selisih harga ke sesama Agen dengan Konsumen non member cukup berbeda. Contoh perbedaan harga pada Minyak Herba Sinergi, untuk Agen harga yang ditetapkan Rp 30.000,- sedangkan untuk konsumen non member Rp 45.000,-. Jadi selisih harganya Rp 15.000,-. Contoh lainnya produk HPAI

---

<sup>58</sup> Abu Husain Muslim bin Hajjaj Alqusyairi An-Naisaburi, *Shahih Muslim*, Kitab. Al-Bir wa as-shilah, wa al-adab, Juz. 2, No. 2557, (Darul Fikri: Beirut-Libanon, 1993 M), 515.

Coffee dengan harga Agen Rp 105.000,- sedangkan harga konsumen non member Rp 125.000,- sehingga selisih harganya Rp 20.000,-.

Adanya imbalan dari penjualan dan promosi produk seperti ini selaras dengan akad *Wakalah bil Ujrah*. Akad *Wakalah Bil Ujrah* adalah akad wakil dimana perusahaan memberikan bayaran atas kerja Agen sebagai pihak yang mewakilkan promosi dan penjualan produknya.<sup>59</sup> Berdasarkan adanya selisih harga produk yang diambil oleh Agen maka hal ini adalah boleh. Salah satu jual beli yang dilarang adalah menjual barang yang bukan miliknya, namun dalam hal ini HPAI mewakilkan produknya kepada Agen untuk dipromosikan dan dijual, maka HPAI memberikan bayaran atas jasa yang dilakukan oleh Agen.

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).<sup>60</sup>

## 6. Pemberian Bonus kepada Agen

Pemberian bonus tidak serta merta diberikan oleh perusahaan. Bonus akan diberikan jika Agen berhasil mencapai target yang ditentukan, seperti Bonus Prestasi Pribadi (BPP) akan didapatkan jika memenuhi Target Prestasi (TP) atau belanja pribadi minimal 200 poin perbulan.

<sup>59</sup>Andri Soemitro, *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah di Lembaga Keuangan dan Bisnis Kontenporer*, Edisi pertama (Jakarta Timur: Prenadamedia Group, 2019),241

<sup>60</sup>Abdullah Muhammad bin Yazid Alqazwani, *Sunan Ibnu Majah*, Kitab. Mukaddimah, Juz 2, No. 2443, (Darul Fikri: Bairut-Libanon, 1981 M), 817.

Hal ini selaras dengan Akad *al-ju'alah* sebagai salah satu landasan akad dalam jual beli berjenjang/ MLM Syariah. Akad *al-ju'alah* yaitu diberikannya sesuatu tertentu kepada pihak lain dimana telah sebanding dengan prestasi yang ditargetkan perusahaan. Dalam hal ini adalah bonus yaitu imbalan lebih yang diberi perusahaan kepada Agen yang telah menjual melebihi target yang dibuat perusahaan.<sup>61</sup>



**IAIN PALOPO**

---

<sup>61</sup>Andri Soemitro, *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah di Lembaga Keuangan dan Bisnis Kontenporer*, Edisi pertama (Jakarta Timur: Prenadamedia Group, 2019),241

## **BAB V PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka kesimpulan yang dapat diambil sebagai berikut.

1. Regulasi Pemasaran *Multi Level Marketing* Syariah Halal Network International PT. HPAI yaitu melalui jaringan Agen yang dilakukan perekrutan terlebih dahulu. Para jaringan Agenlah yang akan mempromosikan dan menjual produk kepada konsumen. Jika penjualan produk langsung kepada konsumen non member, maka Agen mendapatkan keuntungan langsung berupa selisih harga jual, namun jika produk dijual kesesama Agen maka dijual dengan harga diskon. Harga produk telah ditetapkan oleh perusahaan. Bonus akan didapatkan bahkan saat membeli satu produk saja. Bonus semakin bertambah jika pangkat Agen naik level, yang berarti Agen harus merekrut Agen baru dan membuatnya aktif sebagai Agen. Untuk membangun tim solid, HNI memasukkan kiat pembinaan seperti *Home Sharing* yang terjadwal.

2. Pemberlakuan Regulasi Pemasaran *Multi Level Marketing* Syariah Halal Network International PT. HPAI Agen Stok Palopo dalam Hukum Ekonomi Syariah. Berdasarkan hasil data dari kuesioner, mulai dari segi perekrutan, pembinaan, pemasaran atau pendistribusian produk, dan pembagian keuntungan pada Agen Stok Palopo regulasinya telah sesuai dengan regulasi pemasaran produk yang berlaku pada perusahaan HNI HPAI.

Sehingga jika regulasi Pemasaran HNI HPAI Agen Stok Palopo dikaji dalam Hukum Ekonomi Syariah menyatakan bahwa; Keuntungan yang didapat secara langsung saat penjualan produk kepada konsumen non member termasuk dalam akad *Wakalah Bil Ujrah* artinya selama menjadi wakil dalam penjualan dibolehkan untuk mengambil imbalan langsung; Tercapai dan dilampauinya target penjualan berhak diberikan bonus oleh perusahaan, sehingga Agen dapat naik level dan mendapat imbalan yang lebih besar atas usahanya sendiri dan hal ini telah masuk kedalam akad *al-ju'alah* sebagai akad yang diperbolehkan dalam penjualan berjenjang; Tidak ada unsur penipuan karena produk yang dijual riil bentuknya; Tidak memakan harta orang lain dengan cara yang batil karena harga telah ditetapkan oleh perusahaan dengan adil; Memiliki izin dan legalitas yang jelas seperti APLI (Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia), DSN-MUI Pusat dan memiliki Dewan pengawas Syariah (DPS) di dalam perusahaan.

Terdapat Kaidah fiqih yang mendukung kegiatan pemasaran HNI HPAI yaitu Hukum asal Jual beli atau *Muamalah* adalah boleh selama belum ada dalil yang mengharamkan atau melarangnya.

## **B. Saran**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, peneliti menemukan masih ada beberapa yang perlu diperhatikan dalam bisnis MLM seperti ini.

1. Harga yang ditawarkan HNI dengan kualitasnya sudah sepadan, akan tetapi produk hanya bisa di jangkau oleh kalangan masyarakat menengah ke atas, sehingga masyarakat kalangan bawah lebih memilih produk serupa

seperti pasta gigi, sabun, kopi yang lebih murah. Penyesuaian harga masyarakat kalangan bawah sangat diperlukan.

2. Masalah pembinaan di Agen Stok Kota palopo masih belum terjadwal dengan rapih, sehingga kebanyakan dari Agen hanya menjadi pengguna produk tanpa melakukan perekrutan untuk menebar produk-produk herbal.



**IAIN PALOPO**

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdain, "Peran Sistem Ekonomi Islam Dalam Menanggulangi Tingkat Kesenjangan Sosial," *Jurnal Muamalah* Vol. IV, No 2 (Agustus 2014):15, <https://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/muamalah/article/download/656/501>.
- Alqazwani, Abdullah Muhammad bin Yazid. *Sunan Ibnu Majah*. Kitab. Mukaddimah, Juz 2, No. 2443. Darul Fikri: Bairut-Libanon, 1981 M.
- Anggito, Albi., dan Johan Setiawan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Cet. Pertama. Sukabumi: CV Jejak, 2018.
- Annaisaburi, Abu Husain Muslim bin Hajjaj Alqusyairi. *Shahih Muslim*. Kitab. Al-Buyu', Juz. 2, No. 1513. Darul Fikri: Bairut-Libanon, 1993 M.
- Arum, Imam Mas. "Multi Level Marketing (MLM) Syariah: Solusi Praktis Menekan Praktik Bisnis Riba, Money Game," *Jurnal Muqtasid* Volume 3 No. 1 (Juli 2020):38, <https://muqtasid.iainsalatiga.ac.id/index.php/muqtasid/article/view/835>.
- Dasopang, Nur Sania. "Multi Level Marketing Dalam Pandangan Islam," *Jurnal Hukum Ekonomi* Vol. 6 No. 1 (Juni 2020): 156-157, <http://jurnal.iainpadangsidempuan.ac.id/index.php/yurisprudencia>.
- Dewan Syariah Nasional – Majelis Ulama Indonesia, *Fatwa DSN MUI NO: 75/DSN MUI/ VII / 2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS): 6-7*, <https://dsnemui.or.id/>.
- Dewi, Gemala., Wirnyaningsih, dan Yeni Salma Barlinti. *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*. Edisi pertama. Jakarta: Kencana, 2006.
- Fitrah, Muh. dan Luthfiah. *Metodologi Penelitian; Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas dan Studi Kasus*. Edisi Pertama. Sukabumi : CV Jejak, 2017.
- Halal Network International. "Profil HNI". <https://www.hni.net/profile> Diakses pada 5 Januari 2021.
- Halal Network International. *Panduan Sukses Menjadi Pemimpin Industri Halal Kelas Dunia*. Jakarta Timur:2020.
- Halal network International. *Buku Paket Agen Sukses*. Edisi Revisi .Jakarta Timur:CELLS, 2018.

- Hermawan, Rudi. *Buku Ajar Hukum ekonomi Islam*. Pamekasan: Duta Media Publishing, 2017.
- Intan, Nur. *Penerapan Syari'at Islam Pada Sistem Multi Level Marketing Syari'ah Herba Penawar Al Wahida (Hpa) Studi Kasus Di Pekanbaru*, Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum, 2011.
- Kementerian Agama RI, *Al-Fattah Al-Qur'an 20 Baris Terjemah (Terjemah Dua Muka)*, Bandung: CV Mikraj Khazanah Ilmu, 2011.
- Khosyi'ah, Siah. *Fiqh Muamalah Perbandingan*. Edisi Pertama. Bandung: CV Pustaka Setia, 2014.
- Mardalis, Ahmad., dan Nur Hasanah, "Multi-Level Marketing (MLM) Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Ekonomi Syariah* Vol.1,No.1, (Februari 2016):31, <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/JES/article/download/2693/3380>.
- Mardani. *Fiqhi Ekonomi Syaria*. Edisi Pertama. Jakarta: Prenadamedia Group, 2019.
- Mardani. *Hukum Sistem Ekonomi Islam*. Edisi 1, Cet.2. Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2017.
- 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): 107, <https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/download/47/46>.
- Muhammad. *Aspek Hukum dan Muamalat*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Mutiarani, Sarah. *Bisnis Multi Level Marketing Oriflame Menurut Tinjauan Hukum Islam*. Institut Agama Islam Negeri (Iain) Surakarta, 2017.
- Rahmawaty, Anita, "Bisnis Multilevel Marketing Dalam Perspektif Islam", Volume 2, No.1( Juni 2014): 76 <https://journal.iainkudus.ac.id/>.
- Ramly, Zulchaidir B. Firly . *The Master Book To Be The Best Market Leader*. Edisi keempat. Fighter Publishing: Bekasi, 2018.
- Riadi, Muchlisin. "Pengertian, Jenis dan Sistem Multi Level Marketing (MLM)", April 17, 2018, <https://www.kajianpustaka.com/2018/04/pengertian-jenis-dan-sistem-multi-level-marketing.html>.
- Sarwat, Ahmad. *Aensiklopedia Fikih Indonesia 7 : Muamalat*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2018.

- Sarwono, Jonathan. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Edisi Pertama. Yogyakarta : Graha Ilmu, 2006.
- Soejonto, Wening Purbatin Palupi. "Manifestasi MLM dalam Perspektif Syariah terhadap Paradoks dan Euforia Masyarakat Indonesia", : 3-4, <http://ejournal.kopertais4.or.id/mataraman/index.php/tahdzib/article/download/2226/2396>.
- Soemitro, Andri .*Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah di Lembaga Keuangan dan Bisnis Kontemporer*. Edisi pertama. Jakarta Timur: Prenadamedia Group, 2019.
- Sugiarto, Eko. *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif: Skripsi dan Tesis: Suaka Media*. Cet. Pertama. Yogyakarta : Suaka media, 2015.
- Supian. *Metodologi Studi Islam*. Cet. Pertama. Bandung: PT. Remaja Ros dakarya, 2017.
- Tampubolon, Robert. *Sinergi 9 Kekuatan MLM Support Sistem dan Koperasi*. Edisi Pertama. Jakarta : PT Alex Media Komputindo, 2007.
- Vahlevi, Teuku Redha. *Ekonomi dalam Kulit Kacang*. Edisi Pertama. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2019.
- Wahyudi, Firman. "Multi Level Marketing dalam Kajian Fiqh Muamalah", *Jurnal Muamalah* Volume 13, No. 2 (Juli-Desember 2014): 164, <http://202.52.52.22/index.php/JES/article/viewFile/2693/3380>.
- Yasardin. *Asas Kebebasan Berkontrak Syariah*. Edisi Pertama. Jakarta: Kencana, 2018.

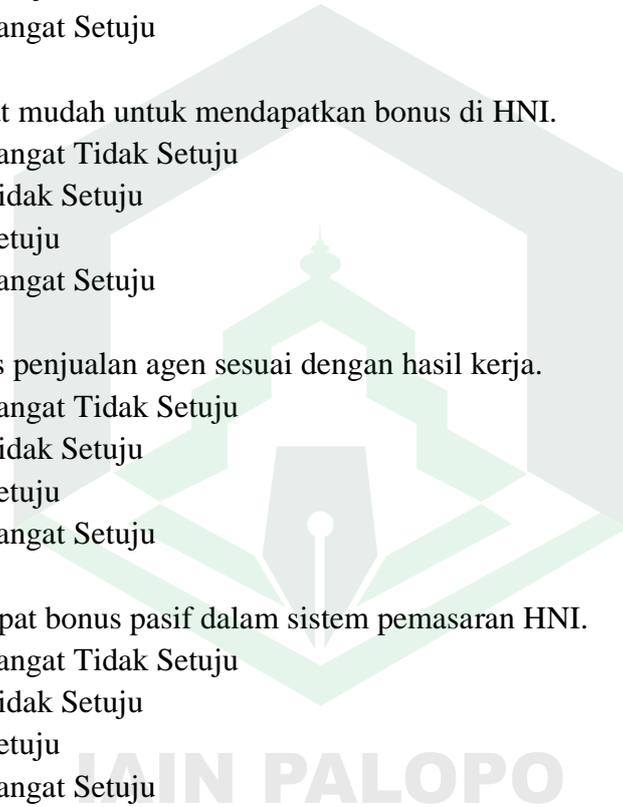
## DAFTAR PERTANYAAN KUESIONER

### Pertanyaan Terbuka

1. Bagaimana sistem pemasaran HNI pada Agen Stok Bapak/Ibu?
2. Seperti apa peran Bapak/Ibu dalam prospek/perekrutan calon mitra/agen?
3. Tidak banyak mitra yang dapat bertahan pada sistem bisnis seperti ini, lalu bagaimana cara Bapak/Ibu membina atau mendukung mitra/agen?
4. Seperti apa proses distribusi produk dari pusat, agen stok sampai kepada mitra dan konsumen?
5. Bagaimana cara Bapak-Ibu menerapkan harga produk kepada mitra dan konsumen?
6. Seperti apa mekanisme pemberian bonus kepada mitra/agen?

### Pertanyaan tertutup

1. Tidak terdapat unsur iming-iming dalam memprospek calon agen.
  - a. Sangat Tidak Setuju
  - b. Tidak Setuju
  - c. Setuju
  - d. Sangat Setuju
2. Mudah membuat mitra/agen untuk bertahan di HNI.
  - a. Sangat Tidak Setuju
  - b. Tidak Setuju
  - c. Setuju
  - d. Sangat Setuju
3. Harga pendaftaran HNI murah.
  - a. Sangat Tidak Setuju
  - b. Tidak Setuju
  - c. Setuju
  - d. Sangat Setuju
4. Produk yang ditawarkan kepada konsumen harganya terjangkau.
  - a. Sangat Tidak Setuju
  - b. Tidak Setuju
  - c. Setuju
  - d. Sangat Setuju

5. HNI dalam mempromosikan produknya sudah efektif.
    - a. Sangat Tidak Setuju
    - b. Tidak Setuju
    - c. Setuju
    - d. Sangat Setuju
  
  6. HNI memiliki kualitas produk yang baik.
    - a. Sangat Tidak Setuju
    - b. Tidak Setuju
    - c. Setuju
    - d. Sangat Setuju
  
  7. Sangat mudah untuk mendapatkan bonus di HNI.
    - a. Sangat Tidak Setuju
    - b. Tidak Setuju
    - c. Setuju
    - d. Sangat Setuju
  
  8. Bonus penjualan agen sesuai dengan hasil kerja.
    - a. Sangat Tidak Setuju
    - b. Tidak Setuju
    - c. Setuju
    - d. Sangat Setuju
  
  9. Terdapat bonus pasif dalam sistem pemasaran HNI.
    - a. Sangat Tidak Setuju
    - b. Tidak Setuju
    - c. Setuju
    - d. Sangat Setuju
  
  10. Terdapat unsur *Gharar* (ketidakjelasan) dalam transaksi produk HNI.
    - a. Sangat Tidak Setuju
    - b. Tidak Setuju
    - c. Setuju
    - d. Sangat Setuju
- 

## HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah menelaah dengan seksama skripsi berjudul : 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)

Yang ditulis oleh :

Nama : Dewi Wahyuni

NIM : 17 0303 0096

Fakultas : Syariah

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

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

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

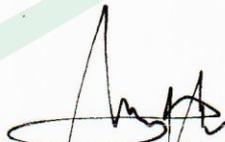
Pembimbing I



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

Tanggal : 5 / 9 / 2021

Pembimbing II



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

Tanggal : 5 / 9 / 2021

## HALAMAN PENGESAHAN PROPOSAL SKRIPSI

Proposal penelitian skripsi berjudul 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) yang diajukan oleh Dewi Wahyuni NIM 17 0303 0096, telah diseminarkan pada hari Selasa tanggal 01 Desember 2020 dan telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan penguji, dinyatakan diterima untuk proses selanjutnya.

Pembimbing I

Dr. Abdain, S.Ag., M.HI  
Tanggal : 05/01/2021

Pembimbing II

H. Mukhtaram Ayyubi, S.Ei., M.Si  
Tanggal : 05/01/2021

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

Dr. Helmi Kamal, M.HI  
NIP. 19700307-09703 2 001

IAIN PALOPO

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

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

---

**NOTA DINAS PEMBIMBING**

Lamp. :-

Hal : Skripsi a.n. Dewi Wahyuni

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 : Dewi Wahyuni  
NIM : 17 0303 0096  
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : 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)

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.*

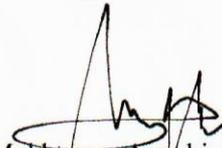
Pembimbing I



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

Tanggal : 5/4/2021

Pembimbing II



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

Tanggal : 5/4/2021



**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](http://www.syariah.iainpalopo.ac.id)

## **BERITA ACARA**

Pada hari ini Selasa tanggal satu bulan Desember tahun dua ribu dua puluh telah dilaksanakan Seminar Proposal mahasiswa sebagai berikut :

Nama : Dewi Wahyuni  
NIM : 17 0303 0096  
Fakultas : Syariah  
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Sistem *Multi Level Marketing* Syariah HALAL Network Internasional PT. Herba Penawar Al-Wahida Indonesia (HNI-HPAI) Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Halal Mart *Stockist* Palopo).

Dengan Pembimbing/Pengarah:

1. Nama : Dr. Abdain, S.Ag., M.HI  
(Pembimbing I)
2. Nama : H. Mukhtaram Ayyubi, S.EI., M.Si  
(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, 01 Desember 2020

Pembimbing I

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

Pembimbing II

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



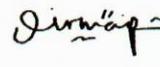
Mengetahui,  
Ketua Prodi HES

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

## HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Skripsi berjudul 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) yang ditulis oleh Dewi Wahyuni NIM 17 0303 0096, mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang telah diujikan dalam seminar hasil penelitian pada hari Rabu, tanggal 14 April 2021, bertepatan dengan 2 Ramadan 1442 H 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 : 18/05/2021
2. Dr. Helmi Kamal, M.HI (  )  
Sekretaris Sidang/Penguji Tanggal : 18/05/2021
3. Dr. Rahmawati, S.Ag., M.Ag (  )  
Penguji I Tanggal : 18/05/2021
4. Irma T, S.Kom., M.Kom (  )  
Penguji II Tanggal : 18/05/2021
5. Dr. Abdain, S.Ag., M.HI (  )  
Pembimbing I/Penguji Tanggal : 18/05/2021
6. H. Mukhtaram Ayyubi, S.Ei., M.Si (  )  
Pembimbing II/Penguji Tanggal : 18/05/2021

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

---

**NOTA DINAS TIM PENGUJI**

Lamp. :-

Hal : Skripsi a.n. Dewi Wahyuni

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 : Dewi Wahyuni  
NIM : 17 0303 0096  
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : 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)

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 : 18/05/2021   |
| 2. Irma T, S.Kom., M.Kom            | (  ) |
| Penguji II                          | Tanggal : 18/05/2021   |
| 3. Dr. Abdain, S.Ag., M.HI          | (  ) |
| Pembimbing I                        | Tanggal : 18/05/2021   |
| 4. H. Mukhtaram Ayyubi, S.Ei., M.Si | (  ) |
| Pembimbing II                       | Tanggal : 18/06/2021   |



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

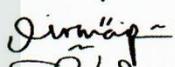
Jl. Agatis Kel. Balandai Kec. Bara Kota Palopo 91914 Telp (0471)-3207276  
Email: fakultassyariah@iainpalopo.ac.id - Website : [www.syariah.iainpalopo.ac.id](http://www.syariah.iainpalopo.ac.id)

**BERITA ACARA**

Pada hari ini Rabu tanggal 14 April 2021 telah dilaksanakan Seminar Hasil Skripsi atas:

Nama : Dewi Wahyuni  
NIM : 17 0303 0096  
Fakultas : Syariah  
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Sistem Multi Level Marketing Syariah Halal Network Internasional PT. Herba Penawar Al-Wahida Indonesia Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Agen Stock Halal Mart Palopo).

Dengan Penguji dan Pembimbing :

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

Demikian berita acara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

**IAIN PALOPO**

Palopo, 14 April 2021  
Ketua Program Studi,

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

## SEMINAR HASIL

Nama Mahasiswa : Dewi Wahyuni  
NIM : 17 0303 0096  
Fakultas : Syariah  
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah  
Hari/ Tanggal Ujian : Jum'at/14 April 2021  
Judul Skripsi : Sistem Multi Level Marketing Syariah Halal Network Internasional PT. Herba Penawar Al-Wahida Indonesia Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Agen Stock Halal Mart Palopo).

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, 14 April 2021

Penguji I



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

Penguji II



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

IAIN PALOPO



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

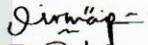
Jl. Agatis Kel. Balandai Kec. Bara Kota Palopo 91914 Telp (0471)-3207276  
Email: fakultassyariah@iainpalopo.ac.id - Website : www.syariah.iainpalopo.ac.id

**BERITA ACARA**

Pada hari ini Senin tanggal 03 Mei 2021 telah dilaksanakan Ujian Munaqasyah atas:

Nama : Dewi Wahyuni  
NIM : 17 0303 0096  
Fak./ Prodi : Syariah/ Hukum Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Sistem *Multi Level Marketing* Syariah Halal Network Internasional PT. Herba Penawar Al-Wahida Indonesia Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus pada Agen Stock Halal Mart Palopo).

Dengan Penguji dan Pembimbing :

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

) Demikian berita acara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 03 Mei 2021  
Ketua Program Studi,

**IAIN PALOPO**

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

## CATATAN HASIL UJIAN MUNAQASYAH

Nama Mahasiswa : Dewi Wahyuni  
NIM : 17 0303 0096  
Fakultas : Syariah  
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah  
Hari/ Tanggal Ujian : Senin/03 Mei 2021  
Judul Skripsi : Sistem *Multi Level Marketing* Syariah Halal Network Internasional PT. Herba Penawar Al-Wahida Indonesia Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus pada Agen Stock Halal Mart Palopo).

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, 03 Mei 2021

Penguji I



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

Penguji II



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

## MUNAQASYAH

Nama Mahasiswa : Dewi Wahyuni  
NIM : 17 0303 0096  
Fakultas : Syariah  
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah  
Hari/ Tanggal Ujian : Senin/03 Mei 2021  
Judul Skripsi : Sistem *Multi Level Marketing* Syariah Halal Network Internasional PT. Herba Penawar Al-Wahida Indonesia Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus pada Agen Stock Halal Mart Palopo).

NO	ASPEK PENILAIAN	NILAI
<b>A. NILAI TULISAN</b>		
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	
<b>Jumlah Nilai A:</b>		
<b>B. NILAI LISAN</b>		
1	Kemampuan mengemukakan dan menguraikan pemikiran/pendapat	
2	Ketepatan dan relevansi jawaban	
3	Penguasaan Materi skripsi	
4	Penampilan (sikap, emosi dan kesopanan)	
<b>Jumlah Nilai B:</b>		98

Penguji I

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

Palopo, 03 Mei 2021  
Penguji II

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

Catatan: Nilai Maksimal 100

## BERITA ACARA UJIAN MUNAQASYAH

Pada Hari ini Tanggal 03 Mei 2021 telah diadakan Ujian Munaqasyah, atas nama Dewi Wahyuni, **NIM 17 0303 0096** dengan **Judul Skripsi** “Sistem *Multi Level Marketing* Syariah Halal Network Internasional PT. Herba Penawar Al-Wahida Indonesia Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus pada Agen Stock Halal Mart Palopo).”

Dinyatakan telah **LULUS UJIAN** dengan **NILAI** .....<sup>98</sup>..... masa Studi Selama **3 Tahun 8 Bulan 0 Hari**, merupakan lulusan Prodi HES **Ke- 42** dan berhak menyandang gelar **Sarjana Hukum**, dengan **IPK**

- |                                     |      |                                       |
|-------------------------------------|------|---------------------------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | 3.74 | (Nilai Skrip A+ (Nilai Ujian 95-100)) |
| <input type="checkbox"/>            | 3.73 | (Nilai Skrip A (Nilai Ujian 90-94))   |
| <input type="checkbox"/>            | 3,73 | (Nilai Skrip A- (Nilai Ujian 85-89))  |
| <input type="checkbox"/>            | 3.72 | (Nilai Skrip B+ (Nilai Ujian 80-84))  |
| <input type="checkbox"/>            | 3.71 | (Nilai Skrip B (Nilai Ujian 75-79))   |

### Predikat

- |                                     |                  |                 |
|-------------------------------------|------------------|-----------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | Dengan Pujian    | (IPK 3.5-4.00)  |
| <input 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



SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS SYARIAH INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
NOMOR 82 TAHUN 2020

TENTANG

PENGANGKATAN TIM DOSEN PEMBIMBING DAN PENGUJI SEMINAR PROPOSAL, SEMINAR HASIL  
DAN UJIAN MUNAQASYAH MAHASISWA FAKULTAS SYARIAH IAIN PALOPO TAHUN 2020

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 2020;
- 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 : 10 November 2020



LAMPIRAN : SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS SYARIAH IAIN PALOPO  
NOMOR : 82 TAHUN 2020  
TENTANG : PENGANGKATAN TIM DOSEN PEMBIMBING DAN PENGUJI SEMINAR PROPOSAL,  
SEMINAR HASIL DAN UJIAN MUNAQASYAH MAHASISWA INSTITUT AGAMA ISLAM  
NEGERI PALOPO

---

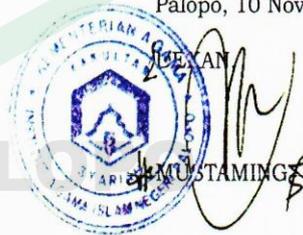
I. Nama Mahasiswa : Dewi Wahyuni  
NIM : 17 0303 0096  
Fakultas : Syariah  
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

II. Judul Skripsi : Sistem *Multi Level Marketing* Syariah Halal Network Internasional  
PT. Herba Penawar Al-Wahida Indonesia Perspektif Hukum  
Ekonomi Syariah (Studi Kasus Halal Mart *Stock Center* Palopo).

III. 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 : Irma T, S.Kom., M.Kom.
5. Pembimbing I / Penguji : Dr. Abdain, S.Ag., M.HI.
6. Pembimbing II / Penguji : H. Mukhtaram Ayyubi, S.El., M.Si.

Palopo, 10 November 2020



IAIN PALOPO

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

---

NOTA DINAS

Lamp. :  
Hal : skripsi an. Dewi Wahyuni

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	: Dewi Wahyuni
NIM	: 17 0303 0096
Program Studi	: Hukum Ekonomi Syariah
Judul Skripsi	: Sistem <i>Multi Level Marketing</i> Syariah Halal Network International PT. Herba Penawar Al-Wahida Indonesia Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus pada Agen Stok Halal Mart Palopo)

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 : 18 /05 /2021
2. Nama : Fitriani Jamaluddin, S.H.,M.H  
Tanggal : 18 /05 /2021

(  )  
(  )

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



**Dewi Wahyuni**, lahir pada tanggal 26 September 1998, di Sabbang Provinsi Sulawesi Selatan. Penulis merupakan anak ke-1 dari 2 bersaudara dari pasangan Ambo Upe dan Indo Angke. Pendidikan pertama penulis di TK PGRI Paojepe pada tahun 2004 dan tamat pada tahun 2005 pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di SDN 257 Paojepe, namun tahun 2008 penulis pindah sekolah di SDN 150 Palembang dan tamat tahun 2011. Penulis melanjutkan pendidikan di MTs DDI Lara Satu pada tahun 2011 yang aktif dalam organisasi Pramuka dan PMR dan tamat tahun 2014, lalu melanjutkan pendidikan di SMA N 2 Baebunta dengan sering mewakili sekolah dalam perlombaan tari dan tamat tahun 2017. Pada tahun 2017 penulis terdaftar sebagai Mahasiswi di Institut Agama Islam Negeri Palopo, Fakultas Syariah, Prodi Hukum Ekonomi Syariah dan aktif dalam organisasi ekstra kampus.

Contact person penulis : *dewywahyuni26@gmail.com*

IAIN PALOPO