

**ANALISIS AKAD PADA SISTEM MARKETING HALAL NETWORK
INTERNATIONAL PERSPEKTIF FIQH MUAMALAH
(Studi Kasus Agency Center HNI Di Dusun Made, Gabus, Ngrampal,
Sragen)**

SKRIPSI



Diajukan Kepada
Fakultas Syari'ah
Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Syari'ah

Oleh :

DWI ARTININGSIH

NIM. 18.21.1.1.199

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH (MU'AMALAH)
JURUSAN HUKUM EKONOMI SYARIAH DAN FILANTROPI ISLAM
FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) RADEN MAS SAID SURAKARTA**

2022

**ANALISIS AKAD PADA SISTEM MARKETING HALAL NETWORK
INTERNATIONAL PERSPEKTIF FIQH MUAMALAH
(Studi Kasus Agency Center HNI Di Dusun Made, Gabus, Ngrampal,
Sragen)**

Skripsi

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Syari'ah
Dalam Bidang Ilmu Hukum Ekonomi Syari'ah

Disusun Oleh:

DWI ARTININGSIH
NIM. 18.21.1.1.199

Surakarta, 20 September 2022

Disetujui dan Disahkan Oleh:
Dosen Pembimbing Skripsi



Luthfiana Zahriani, S.H., M.H.
NIP. 19760827 2000 03 2 007

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

NAMA : DWI ARTININGSIH
NIM : 18.21.1.1.199
PROGRAM STUDI : HUKUM EKONOMI SYARIAH

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul **“ANALISIS AKAD PADA SISTEM MARKETING HALAL NETWORK INTERNATIONAL PERSPEKTIF FIQH MUAMALAH (Studi Kasus Agency Center HNI Di Dusun Made, Gabus, Ngrampal, Sragen)”**

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 20 September 2022



Dwi Artiningsih

NOTA DINAS

Hal : Skripsi

Sdr : Dwi Artiningsih

Kepada Yang Terhormat

Dekan Fakultas Syari'ah

Universitas Islam Negeri (UIN)

Raden Mas Said Surakarta

Di Surakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Dwi Artiningsih NIM: 18.21.1.1.199 yang berjudul:

ANALISIS AKAD PADA SISTEM MARKETING HALAL NETWORK INTERNATIONAL PERSPEKTIF FIQH MUAMALAH (Studi Kasus Agency Center HNI Di Dusun Made, Gabus, Ngrampal, Sragen)

Sudah dapat dimunaqosyahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Hukum dalam bidang Hukum Ekonomi Syariah (Mu'amalah)

Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terima kasih.
Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 20 September 2022

Dosen Pembimbing



Luthfiana Zahriani, S.H., M.H.

NIP. 19760827 2000 03 2 007

PENGESAHAN

ANALISIS AKAD PADA SISTEM MARKETING HALAL NETWORK
INTERNATIONAL PERSPEKTIF FIQH MUAMALAH
(Studi Kasus Agency Center HNI Di Dusun Made, Gabus, Ngrampal,
Sragen)

Disusun Oleh:

DWI ARTININGSIH

NIM. 18.21.1.1.199

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosyah
Pada hari Kamis tanggal 20 Oktober 2022/ 24 Rabiul Awal 1444 H
Dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana
Hukum Ekonomi Syariah (Mu'amalah)

Penguji I



Dr. Sidik, S.Ag., M.Ag.

NIP. 19760120 200003 1 001

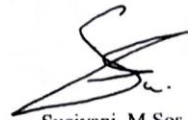
Penguji II



Muh. Zumar Aminuddin, S.Ag., M.Ag.

NIP. 19740312 199903 1 004

Penguji III



Suciyani, M.Sos.

NIP. 19900419 201903 1 009

Dekan Fakultas Syariah



Dr. Ismail Yahya, MA.

NIP. 19750409 199903 1 001

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَيْتُمْ بِدِينٍ إِلَىٰ آجَلٍ مَّسْمًى فَآكْتُبُوهُ^ط وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْب
كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ^ب وَلْيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ
شَيْئًا^ط

“Wahai orang-orang yang beriman! Apabila kamu bermu’amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Janganlah penulis menolak untuk menuliskannya sebagaimana Allah telah mengajarkan kepadanya, maka hendaklah dia menuliskan. Dan hendaklah orang yang berutang itu mendiktekan, dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya, dan janganlah dia mengurangi sedikit pun daripadanya”

(Q.S. Al-Baqarah: 282)

PERSEMBAHAN

Dalam perjuangan yang mengarungi samudera Ilahi tanpa batas, dengan keringat dan air mata kupersembahkan karya tulis skripsi ini untuk orang-orang yang selalu hadir dan berharap keridhaan-Nya. Kupersembahkan bagi mereka yang tetap setia berada di ruang dan waktu kehidupanku khususnya untuk:

- ❖ Kedua orang tuaku, yang tercinta yang telah membimbing, mengarahkan, memberikan bekal hidup dan telah bersedia menemani dalam suka dan duka hingga sekarang serta senantiasa memberikan Ridha dalam setiap perjuanganku.
- ❖ Kakak ku dan seluruh keluarga besarku yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu terimakasih atas doa restunya semoga diridhoi Allah SWT.

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang dipakai dalam penulisan skripsi di Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Mas Said Surakarta didasarkan pada Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan 0543 b/U/1987 tanggal 22 Januari 1988. Pedoman transliterasi tersebut adalah:

1. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, sedangkan dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf serta tanda sekaligus. Daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin adalah sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	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	Zal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	šad	š	Es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	De (Dengan titik di

			bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	Zet (dengan titik di atas)
ع	‘ain	...`...	Koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
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	...’...	Apostrop
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong:

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasan Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	Fathah	A	A
◌ِ	Kasrah	I	I
◌ُ	Dammah	U	U

Contoh:

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	كتب	Kataba

2.	ذکر	Žukira
3.	يذهب	Yazhabu

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf maka transliterasinya gabungan huruf, yaitu

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
أ...ى	Fathah dan ya	Ai	a dan i
أ...و	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	كيف	Kaifa
2.	حول	Ḥaula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أ...ي	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
أ...ي	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
أ...و	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	قال	Qāla
2.	قيل	Qīla

3.	يقول	Yaqūlu
4.	رمي	Ramā

4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua:

- Ta Marbutah hidup atau yang mendapatkan harakat fathah, kasrah atau dammah transliterasinya adalah /t/.
- Ta Marbutah mati atau mendapatkan harakat sukun transliterasinya adalah /h/.
- Kalau pada suatu kata yang akhir katanya Ta Marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang /al/ serta bacaan kedua kata itu terpisah maka Ta Marbutah itu ditransliterasikan dengan /h/.

Contoh:

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	روضة الأطفال	Rauḍah al-aṭfāl / rauḍatul aṭfāl
2.	طلحة	Ṭalhah

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda yaitu tanda Syaddah atau Tasydid. Dalam transliterasi ini tanda Syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda Syaddah itu.

Contoh:

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	رَبَّنَا	Rabbana
2.	نَزَّلَ	Nazzala

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam bahasa Arab dilambangkan dengan huruf yaitu ال. Namun dalam transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang

yang diikuti oleh huruf Syamsiyyah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf Qamariyyah.

Kata sandang yang diikuti oleh huruf Syamsiyyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya yaitu huruf /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu. Sedangkan kata sandang yang diikuti oleh huruf Qamariyyah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti dengan huruf Syamsiyyah atau Qamariyyah, kata sandang ditulis dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan kata sambung.

Contoh:

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	الرّجل	Ar-rajulu
2.	الجلال	Al-Jalālu

7. Hamzah

Sebagaimana telah di sebutkan di depan bahwa Hamzah ditransliterasikan dengan apostrof, namun itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Apabila terletak di awal kata maka tidak dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa huruf alif. Perhatikan contoh-contoh berikut ini:

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	أكل	Akala
2.	تأخذون	Ta'khuḏuna
3.	النّو	An-Nau'u

8. Huruf Kapital

Walaupun dalam sistem bahasa Arab tidak mengenal huruf capital, tetapi dalam transliterasinya huruf capital itu digunakan seperti yang berlaku dalam EYD yaitu digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu didahului oleh kata sandangan maka yang ditulis dengan huruf capital adalah nama diri tersebut, bukan huruf awal atau kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan tersebut disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka huruf capital tidak digunakan.

Contoh:

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	و ماحمّد إله رسول	Wa mā Muhammadun illā rasūl
2.	الحمد لله رب العالمين	Al-ḥamdu lillahi rabbil 'ālamīna

9. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata baik fi'il, isim maupun huruf ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka penulisan kata tersebut dalam transliterasinya bisa dilakukan dengan dua cara yaitu bisa dipisahkan pada setiap kata atau bisa dirangkaikan.

Contoh:

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	وإن الله لهو خير الرازقين	Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn / Wa innallāha lahuwa khairur-rāziqīn
2.	فأوفوا الكيل والميزان	Fa aufū al-Kaila wa al-mīzāna / Fa auful-kaila wal mīzāna

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji Syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **ANALISIS AKAD PADA SISTEM MARKETING HALAL NETWORK INTERNATIONAL PERSPEKTIF FIQH MUAMALAH (Studi Kasus Agency Center HNI Di Dusun Made, Gabus, Ngrampal, Sragen)**. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata I (S1) Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah) Fakultas Syari'ah Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Mas Said Surakarta.

Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis telah mendapatkan banyak dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga, dan sebagainya. Penulis menyadari dalam penyusunan tugas akhir ini banyak kekurangan dan tidak dapat selesai dengan baik tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang terlibat. Oleh karenanya, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Mudofir, S.Ag., M.Pd. selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. Ismail Yahya, S.Ag., M.A. selaku Dekan Fakultas Syariah.
3. Drs. Ahmad Kholis Hayatuddin, M.Ag. selaku Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam.
4. Masjupri, S.Ag., M.Hum. selaku Sekretaris Jurusan Hukum Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam.
5. M. Julijanto, S.Ag., M.Ag. selaku Koordinator Program Studi Hukum Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam.
6. Nurul Huda, M.Ag. selaku Dosen Pembimbing Akademik, yang telah memberikan arahan serta membimbing dari awal semester hingga saya menyelesaikan skripsi ini.

7. Luthfiana Zahriani, S.H., M.H. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan dan perhatian selama penulis menyelesaikan skripsi.
8. Kedua Orang Tuaku, terimakasih atas semua do'a dan Ridha yang selalu membersamai dalam suka dan duka, memberikan cinta dan kasih sayang serta banyak berkorban dalam setiap keadaan.
9. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Mas Said Surakarta yang telah membagikan ilmu dan pengalaman serta bimbingannya selama ini.
10. Pemilik Agency Center HNI Gabus, Ngrampal, Sragen, Dewan Pengawas Syariah (DPS) HNI, dan agen HNI yang telah memberikan informasi dan kemudahan bagi penulis untuk mengumpulkan data pendukung dalam penulisan skripsi ini hingga selesai.
11. Saudaraku dan seluruh keluarga besarku yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu terimakasih atas doa restunya semoga diridhoi Allah Swt.
12. Seluruh teman-teman HNI terkhusus Aileron Hamasah Team yang telah membersamai, memberikan semangat dan bersedia menjadi teman sekaligus keluarga.
13. Teman-teman angkatan 2018 Fakultas Syariah yang telah bersedia menjadi teman dan keluarga baru.
14. Semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini, tidak lupa juga bagi seluruh pembaca yang budiman, semoga senantiasa memberikan kebaikan dan keberkahan bagi semuanya. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Sukoharjo, 20 September 2022



Dwi Artiningsih
NIM. 18.21.1.1.199

ABSTRAK

Dwi Artiningsih, NIM: 182.111.199 “ANALISIS AKAD PADA SISTEM MARKETING HALAL NETWORK INTERNATIONAL PERSPEKTIF FIQH MUAMALAH (Studi Kasus Agency Center HNI Di Dusun Made, Gabus, Ngrampal, Sragen)”

Sistem marketing di Agency Center HNI Gabus, Ngrampal, Sragen terdapat praktik transaksi ketika agen HNI yang sudah membuka *Stock Center* beli dan *uplinenya* (yang menjadi sponsornya) sudah mempunyai *Distributor Center*, kemudian pemilik Agency Center menyarankan poin pembelian diinputkan dulu ke *Distributor Center* upline si agen HNI pemilik *Stock Center* dengan harapan si upline itu juga dapat poin pembelian dari si agen HNI pemilik *Stock Center* tersebut, penginputan poin tersebut tanpa sepengetahuan si agen HNI pemilik *Stock Center*. Keuntungan lebih besar daripada si agen HNI pemilik *Stock Center* karena sponsor memperoleh 2 keuntungan yaitu penginputan barang hasil penjualan dan bisnis jaringannya. Dengan praktik sistem marketing tersebut maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam akad sistem marketing pada Agency Center HNI. Tujuan penelitian ini adalah (1) menjelaskan sistem marketing Halal Network International di Agency Center Gabus, Ngrampal, Sragen. (2) menganalisis akad pada sistem marketing HNI di Agency Center Made, Gabus, Ngrampal, Sragen perspektif fiqh muamalah.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif lapangan. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan pemilik Agency Center HNI di Gabus, Ngrampal, Sragen, Dewan Pengawas Syariah (DPS) HNI dan agen HNI atau konsumen yang belanja di Agency Center HNI. Sedangkan data sekunder berasal dari buku, jurnal, skripsi dan internet yang berkaitan dengan akad pada sistem marketing Halal Network International perspektif fiqh muamalah. Teknik pengumpulan data dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data menggunakan metode Milles dan Huberman yaitu mengumpulkan data, reduksi data, penyajian data dan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem marketing yang digunakan pada HNI di Agency Center Made, Gabus, Ngrampal Sragen menggunakan sistem *Network Marketing Syariah* (MLM Syariah) yaitu memasarkan produk melalui jaringan agen dengan menggunakan rujukan Fatwa DSN/MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) dan akad dalam sistem marketing HNI perspektif fiqh muamalah antara perusahaan HNI dengan Agency Center Made, Gabus, Ngrampal, Sragen menggunakan akad *ju'alah* dan akad *wakalah bil ujah*. Sedangkan pada Agency Center Made, Gabus, Ngrampal, Sragen dengan Agen HNI atau konsumen dalam menjual produk-produk HNI menggunakan akad *murabahah* dan akad *salam*.

Kata Kunci: Akad, Sistem Marketing, Fiqh Muamalah

ABSTRACT

Dwi Artiningsih, NIM: 182.111.199 “**COLLATE ANALYSIS IN HALAL NETWORK INTERNATIONAL MARKETING SYSTEM PERSPECTIVE OF FIQH MUAMALAH (Case Study of HNI Agency Center in Made Hamlet, Gabus, Ngrampal, Sragen)**”

The marketing system at the Agency Center HNI Gabus, Ngrampal, Sragen has transaction practices when HNI agents or consumers (HNI members) buy and their uplines (who are sponsors) already has a Distributor Center, then the Agency Center owner suggests that the shopping points be inputted first to the Distributor Center upline of the HNI agent the owner of the Stock Center in the hope that the upline will also get points from the ordinary HNI agent who owns the Stock Center, inputting the points without the knowledge of the HNI agent who owns the Stock Center. The profit is greater than the HNI agent because the sponsor gets 2 advantages, namely the input of goods from the sale and the business network. With the practice of the marketing system, researchers are interested in studying more deeply the marketing system contract at the HNI Agency Center. The aims of this research are (1) to explain the Halal Network International marketing system at Agency Center Gabus, Ngrampal, Sragen. (2) analyzing contracts in the HNI marketing system at the Agency Center Made, Gabus, Ngrampal, Sragen from a muamalah fiqh perspective.

This research is a qualitative field research. Primary data was obtained through interviews with HNI Agency Center owners in Gabus, Ngrampal, Sragen, HNI Sharia Supervisory Board (DPS) and HNI agents or consumers who shopped at HNI Agency Centers. While secondary data comes from books, journals, theses and the internet related to contracts in the Halal Network International marketing system from a muamalah fiqh perspective. Data collection techniques by means of interviews, observation and documentation. While the data analysis technique used the Milles and Huberman methods, namely collecting data, data reduction, data presentation and conclusions.

The results showed that the marketing system used in HNI at the Agency Center Made, Gabus, Ngrampal Sragen used a Sharia Network Marketing (MLM) system, namely marketing products through a network of agents using the DSN/MUI Fatwa reference No.75/DSN-MUI/VII/2009 concerning Guidelines for Sharia Tiered Direct Selling (PLBS) and contracts in the HNI marketing system from the fiqh muamalah perspective between HNI companies and Agency Centers Made, Gabus, Ngrampal, Sragen using *ju'alah* contracts and *wakalah bil ujah* contracts. Meanwhile at the Agency Center Made, Gabus, Ngrampal, Sragen with HNI agents or consumers in selling HNI products using *murabahah* and *salam* contracts.

Keywords: Akad, Marketing System, Fiqh Muamalah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI.....	iii
HALAMAN NOTA DINAS	iv
HALAMAN PENGESAHAN MUNAQASYAH.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
HALAMAN PEDOMAN TRANSLITERASI.....	viii
KATA PENGANTAR	xiv
ABSTRAK	xvi
DAFTAR ISI.....	xviii
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxii

BAB 1 PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Kerangka Teori	6
F. Tinjauan Pustaka.....	11
G. Metode Penelitian	15
H. Sistematika Penulisan	19

BAB II AKAD DALAM FIQH MUAMALAH DAN SISTEM MARKETING

ISLAM

A. Akad Dalam Fiqh Muamalah	22
1. Pengertian Akad Dalam Fiqh Muamalah	22
2. Rukun-Rukun Akad	24

3. Syarat-Syarat Akad	28
4. Prinsip-Prinsip Akad	29
5. Macam-Macam Akad	29
6. Berakhirnya Akad	32
7. Hikmah Akad	32
B. Sistem Marketing Dalam Islam	33
1. Pengertian Sistem Marketing Dalam Islam	33
2. Taktik Sistem Marketing	36
3. Strategi Sistem Marketing Syariah	37
C. Multi Level Marketing Syariah	38
1. Pengertian Multi Level Marketing Syariah	38
2. Sejarah Multi Level Marketing Syariah	41
3. Ketentuan Fatwa DSN/MUI No. 75 Tahun 2009 Tentang MLM Syariah	43
4. Bisnis Multi Level Marketing Syariah.....	45

**BAB III SISTEM MARKETING PADA AGENCY CENTER HNI DI
DUSUN MADE, GABUS, NGRAMPAL, SRAGEN**

A. Gambaran Umum HNI.....	48
1. Profil HNI (Halal Network International)	48
2. MLM atau Bisnis Network Marketing	49
3. 10 Keunggulan Bisnis HNI	58
4. Ide Besar HNI	60
5. Hijrah Lifestyle With Hijrah Products	61
6. Visi, Misi, Motto & Tagline HNI	62

7. Lima (5) Pilar Pasti HNI	64
8. Peluang 5S	70
B. Sistem Marketing Pada Agency Center HNI Di	
Dusun Made, Gabus, Ngrampal, Sragen	73
BAB IV ANALISIS AKAD PADA SISTEM MARKETING HNI	
PERSPEKTIF FIQH MUAMALAH DI AGENCY CENTER HNI	
DI DUSUN MADE, GABUS, NGRAMPAL, SRAGEN	
A. Analisis Sistem Marketing Pada Agency Center HNI Di Dusun	
Made, Gabus, Ngrampal, Sragen	84
B. Analisis Akad Pada Sistem Marketing HNI Di Agency Center	
Made, Gabus, Ngrampal, Sragen Perspektif Fiqh Muamalah	92
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	108
B. Saran-Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN-LAMPIRAN	116

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	: Foto Bersama Saudara Agus Yulianto	128
Gambar 2	: Foto Bersama Saudari Nonik Yogi Afiana	128
Gambar 3	: Foto Chat WhatsApp Dengan Dr. Oni Sahroni, MA.	128
Gambar 4	: Foto Chat WhatsApp Dengan KH. Dr. Mawardi M. Saleh, MA.....	145

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Jadwal Penelitian	116
Lampiran 2 : Pedoman Wawancara	117
Lampiran 3 : Transkrip Hasil Wawancara.....	119
Lampiran 4 : Dokumentasi.....	128
Lampiran 5 : Daftar Riwayat Hidup	130

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis merupakan suatu usaha untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam bidang ekonomi serta diharapkan dapat memberikan kemudahan dalam mengubah roda perekonomian masyarakat. Bisnis sangat berkaitan dengan membangun suatu inovasi atau kreativitas sehingga juga dapat membangun relasi dan bisa bekerjasama baik individu maupun golongan. Hal tersebut nantinya akan terbentuk suatu kesepakatan antara pihak yang satu dengan pihak yang lainnya. Hasil dari kesepakatan tersebut akan memberikan kemudahan dalam membangun suatu bisnis.

Aturan yang menjelaskan hak dan kewajiban antara pihak yang satu dengan pihak yang lainnya berdasarkan kesepakatan. Proses untuk membuat kesepakatan dalam rangka memenuhi kebutuhan keduanya, lazim disebut dengan proses untuk berakad. Islam memberikan aturan yang cukup jelas dalam akad untuk dapat digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Akad yang dapat digunakan bertransaksi sangat beragam, sesuai dengan karakteristik dan spesifikasi kebutuhan yang ada. Adanya suatu kesepakatan akan membawa pada berbagai hal yang telah ditetapkan dari suatu perusahaan agar para pihak dapat mengikuti sesuai yang telah ditetapkan.¹

¹M Ali Rusdi Bedong, *Aqad Dalam Muamalah*, Parepare: IAIN Parepare, hlm 1.

Dalam suatu bisnis juga ada sistem marketing yang merupakan suatu strategi dalam pemasaran yang dapat mempermudah dalam memasarkan suatu produk. Sistem yang semakin berkembang membuat para pengusaha berbondong-bondong dalam mengembangkan dan memperluas pemasaran suatu produk. Tak jarang sekarang ini banyak yang memanfaatkan teknologi dalam mempermudah sistem marketing. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya jaringan diberbagai wilayah agar dapat menjangkau dalam pemasarannya. Masyarakat dapat dengan mudah memperoleh produk yang berkualitas sesuai dengan kebutuhannya.²

Adapun metode pemasaran yang terkenal yaitu MLM (Multi Level Marketing) dimana mitra usaha memperoleh komisi dan bahkan bonus atas usaha penjualan barang ataupun jasa dalam satu jaringan anggotanya. Dalam bisnis MLM (Multi Level Marketing) dianggap sebagai metode pemasaran yang dapat dengan cepat mengubah roda perekonomian masyarakat dengan usaha yang dilakukan masyarakat tersebut. Bisnis MLM (Multi Level Marketing) dapat dilakukan oleh masyarakat dimanapun dan untuk siapapun yang ingin memiliki penghasilan. Bisnis tersebut dapat dijadikan bisnis utamanya atau bahkan sebagai usaha sampingan. Bonus yang dihasilkan pun cukup menggiurkan sehingga membuat masyarakat sangat tertarik untuk bergabung dalam bisnis MLM (Multi Level Marketing). MLM sendiri pun terbagi menjadi dua yaitu

²Kuswara, *Mengenal MLM Syariah dari Halal Haram, Kiat Berwirausaha, sampai dengan pengelolaannya*, (Depok: Qultum Media, 2005), hlm 16-17.

MLM Syariah dan MLM Konvensional. Yang membedakan antara keduanya salah satunya adalah terletak pada sistem operasionalnya. Dimana MLM Syariah sendiri memiliki Dewan Pengawas Syariah yang bertugas untuk memberi pembinaan terhadap suatu perusahaan dalam menjalankan bisnisnya agar tidak bertentangan dengan syariat Islam.³

Perusahaan Halal Network International (HNI) adalah perusahaan era baru kejayaan bisnis Network Marketing Muslim. HNI dalam pengembangan bisnisnya yaitu memanfaatkan teknologi terkini untuk menciptakan layanan dengan cepat, akurat serta memuaskan. HNI dalam pengembangannya sudah memiliki layanan online dan offline yang cukup powerfull sehingga masyarakat dapat dengan mudah memperoleh produk HNI. Di HNI dalam sistem operasionalnya diawasi langsung oleh Dewan Pengawas Syariah, dimana nanti jika ada sistem yang menyeleweng langsung ditindak lanjuti oleh Dewan Pengawas Syariah. Salah satu cabang dari penyebaran produk HNI adalah Agency Center yang berada di Dusun Made, Gabus, Ngrampal, Sragen yang senantiasa memberikan pelayanan sesuai sistem dari pusat. Dalam hal ini pula penulis tertarik dengan bisnis yang satu ini karena keunggulannya itu berbeda dengan yang lain serta bisnis HNI diawasi langsung oleh 3 Dewan Pengawas Syariah, bersertifikat syariah DSN, LPPOM MUI, secara sistem dibuat untuk tidak ada money game, ada barang riil yang diperjual belikan.⁴

³ Ibid., hlm.17.

⁴ www.dsnmui.or.id/indexarticleperusahaanplbs diakses pada 5 April 2021 pukul 11.00

Dalam sistem marketing di Agency Center Gabus, Ngrampal, Sragen terdapat praktik transaksi ketika agen HNI yang sudah membuka *Stock Center* beli dan uplinenya (yang menjadi sponsornya) sudah mempunyai *Distributor Center*, kemudian pemilik *Agency Center* menyarankan poin pembelian diinputkan dulu ke *Distributor Center* upline si agen HNI pemilik *Stock Center* dengan harapan si upline itu juga dapat poin pembelian dari si agen HNI pemilik *Stock Center* tersebut, penginputan poin tersebut tanpa sepengetahuan si agen HNI pemilik *Stock Center*. Dari hal tersebut memang keuntungan lebih besar daripada si agen HNI pemilik *Stock Center* karena sponsor memperoleh 2 keuntungan yaitu penginputan barang hasil penjualan dan bisnis jaringannya.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang “*Analisis Akad Pada Sistem Marketing Halal Network International Perspektif Fiqh Muamalah di Agency Center HNI Di Dusun Made, Gabus, Ngrampal, Sragen*”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana sistem marketing pada Agency Center HNI Di Dusun Made, Gabus, Ngrampal, Sragen?

2. Bagaimana akad pada sistem marketing HNI di Agency Center Made, Gabus, Ngrampal, Sragen perspektif fiqh muamalah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk menjelaskan sistem marketing pada Agency Center HNI Di Dusun Made Gabus, Ngrampal, Sragen.
2. Untuk menganalisis akad pada sistem marketing HNI di Agency Center Made, Gabus, Ngrampal, Sragen perspektif fiqh muamalah?

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan serta pengetahuan tentang permasalahan khususnya yang berhubungan dengan akad pada sistem marketing HNI menurut fiqh muamalah.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat sebagai masukan informasi baru berupa kritik dan saran bagi Agency Center HNI Cabang Made, Gabus, Ngrampal, Sragen mengenai akad pada sistem marketing HNI menurut perspektif fiqh muamalah.

3. Bagi Akademisi

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi rujukan atau referensi yang dapat diajukan sebagai dasar pemikiran bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

E. KERANGKA TEORI

1. Akad Dalam Fiqh Muamalah

Secara literal, akad berasal dari bahasa Arab yang berarti perjanjian atau persetujuan. Kata ini juga bisa diartikan tali yang mengikat karena adanya ikatan antara orang yang berakad. Dalam kitab fiqh sunnah, kata akad diartikan dengan hubungan dan kesepakatan. Menurut para ulama fiqh, kata akad didefinisikan sebagai hubungan antara ijab dan kabul sesuai dengan kehendak syariat yang ditetapkan adanya pengaruh (akibat) hukum dalam objek perikatan. Rumusan akad mengindikasikan bahwa perjanjian harus merupakan perjanjian kedua belah pihak untuk mengindikasikan bahwa perjanjian harus merupakan perjanjian kedua belah pihak untuk mengikatkan diri tentang perbuatan yang akan dilakukan dalam suatu hal yang khusus.⁵

Rukun akad terdiri atas:

- a. Pihak-pihak yang berakad;
- b. Obyek akad;
- c. Tujuan pokok akad; dan

⁵ <https://www.scribd.com/doc/267948234/MAKALAH-AKAD>, diakses pada 24 Desember 2021 pk1 11.45 WIB.

d. Kesepakatan

Syarat akad terdiri atas:

- a. Pihak-pihak yang berakad adalah orang perseorangan, kelompok orang, persekutuan, atau badan usaha;
- b. Orang yang berakad harus cakap hukum, berakal, dan tamyiz;
- c. Obyek akad adalah amwal atau jasa yang dihalalkan yang dibutuhkan oleh masing-masing pihak;
- d. Obyek akad harus suci, bermanfaat, milik sempurna dan dapat diserahkan;
- e. Akad bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup dan pengembangan usaha masing-masing pihak yang mengadakan akad;
- f. Sighat akad dapat dilakukan dengan jelas, baik secara lisan, tulisan, dan/atau perbuatan.⁶

Salah satu bagian terpenting dalam kesepakatan suatu perusahaan antara pihak yang satu dengan pihak yang lain harus dilakukan dengan melakukan suatu akad. Hal tersebut karena akad dalam fiqh muamalah memiliki kedudukan sebagai perbuatan hukum atau tindakan hukum.

2. Sistem Marketing Dalam Islam

Sistem adalah gabungan dari beberapa komponen yang saling berhubungan untuk mencapai satu tujuan bersama⁷. Sedangkan marketing adalah sebuah proses kemasyarakatan dimana individu dan

⁶ Mahkamah Agung RI, *Kompilasi Hukum Ekonomi Syari'ah*, (Jakarta: Direktorat Jenderal Badan Peradilan Agama, 2011), hlm.16-17.

⁷ <https://www.tommCIFLE.com>, diakses pada 10 Desember 2021 pk1 18.30 WIB.

kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan.⁸ Marketing diarahkan kepada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan konsumen untuk memperoleh keuntungan yang diharapkan melalui proses pertukaran atau transaksi. Jadi, sistem marketing adalah kerjasama antar beberapa tim dalam proses penjualan di sebuah perusahaan.

Salah satu bagian dari sistem marketing yaitu strategi marketing. Strategi pemasaran adalah alat secara fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan individu atau kelompok dengan mengembangkan keunggulan yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program-program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar yang menjadi sasarannya. Strategi pemasaran dapat dipandang sebagai salah satu dasar yang dipakai dalam menyusun perencanaan perusahaan secara menyeluruh. Dipandang dari luasnya permasalahan yang ada dalam perusahaan, maka diperlukan adanya perencanaan yang menyeluruh untuk dijadikan pedoman bagi segmen perusahaan dalam menjalankan kegiatannya, selain itu juga menunjukkan pentingnya strategi dalam pemasaran karena untuk bersaing dengan perusahaan yang lain.⁹

Sistem marketing dalam Islam merupakan sistem dari suatu perusahaan untuk mewujudkan satu tujuan bersama yang sesuai

⁸ Hari Winarno, *Strategi Pemasaran*. Majalah Ilmiah Ekonomika Vol. 14 No.3, Agustus 2011, hlm. 109

⁹ Moh Rusdi, *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting Ud. Berkah Jaya*. (*Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura, 2019), hlm 51

dengan syari'at Islam. Dalam hal ini maka bisa dikatakan sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip bisnis dalam Islam.

Ada 5 dasar penentuan hukum Fiqh Islam yang diterapkan oleh para Ulama Fuqaha, yaitu;¹⁰

- a. **Wajib** : harus dilakukan. Jika dikerjakan mendapatkan pahala, dan jika ditinggalkan akan mendapatkan dosa.
- b. **Sunnah** : sangat disarankan untuk dilakukan. Jika dikerjakan sangat disukai dan akan mendapatkan pahala, dan jika ditinggalkan tidak mendapatkan dosa.
- c. **Mubah** : boleh dilakukan. Jika dikerjakan belum tentu mendapatkan (tidak ada) pahalanya, dan jika ditinggalkan atau tidak dilakukan maka tidak akan berdosa.
- d. **Makruh** : sangat disarankan untuk tidak dilakukan. Jika dikerjakan tidak berdosa tetapi hal itu tidak disukai, dan jika ditinggalkan maka akan mendapatkan pahala.
- e. **Haram** : harus ditinggalkan atau dilarang dilakukan. Jika dikerjakan mendapatkan dosa, dan jika ditinggalkan mendapatkan pahala.

Pada prinsipnya hukum asal mu'amalah adalah mubah (boleh) kecuali ada dalil yang jelas-jelas melarangnya. Hal ini bukan berarti

¹⁰ Moh Rusdi, Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting Ud. Berkah Jaya. (*Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura, 2019), hlm 51

kita membuat transaksi apapun tanpa memperhatikan kaidah-kaidah dalam aturan berniaga secara Syariah. Jadi meskipun dasar hukumnya mubah (boleh), namun tetap tidak boleh melanggar larangan-larangan Islam dalam transaksi jual-beli.¹¹

3. Halal Network International (HNI)

Halal Network International (HNI) adalah bisnis Network Syariah milik Muslim yang berasal dari Indonesia, kini telah berkembang ke beberapa negara ASEAN dan Asia. Bisa dikatakan bahwa HNI kini menjadi Bisnis Network Marketing Syariah milik muslim yang terbesar di Asia. Dengan pola model bisnis Network Marketing Syariah menjadikan bisnis ini memiliki potensi yang sangat besar untuk memberdayakan Ummat Islam.

Ide besar bisnis HNI adalah *Hijrah Lifestyle* yang dalam aplikasinya adalah *Hijrah Products*. Hijrah products dalam aplikasinya adalah semangat untuk hijrah dari produk-produk yang biasa kita pakai sehari-hari dengan produk yang lebih dijamin Halal, milik Muslim, berbasis Sunnah, kualitas produk yang premium tetapi dengan harga yang murah serta manfaat yang didapat juga sangat banyak, semua aktifitas bisnis dapat dikerjakan dari rumah. Selain itu ide besar bisnis HNI juga ada *Hijrah Mindset* (pola pikir) untuk menjadi *entrepreneur family* (keluarga usahawan) yang produktif, prestatif dalam semangat menebar kebaikan dan memberdayakan ummat. Konklusi dari ide

¹¹ Ibid, hlm. 284-285.

besar HNI adalah memberdayakan potensi keluarga agar menjadi keluarga yang sehat, cerdas, mandiri serta bermanfaat bagi orang disekitarnya. Selain itu juga merupakan bagian dari usaha untuk membangun ketahanan keluarga agar dapat melahirkan generasi penerus bangsa yang berkualitas dan berdaya guna.¹²

F. Tinjauan Pustaka

Dalam tinjauan pustaka pada dasarnya untuk mendapatkan gambaran mengenai topik yang telah diteliti sebelumnya agar tidak terjadi pengulangan ataupun duplikasi penelitian yang sudah ada.

Setelah peneliti melakukan penelusuran, terdapat beberapa skripsi yang terkait dengan judul penulis yaitu:

1. Skripsi yang ditulis oleh Rieha Sa'adah yang berjudul "*Strategi Pemasaran Produk HNI-HPAI (Halal Network International- Herba Penawar Alwahida Indonesia) Sampang (Studi Kasus Pusat Agency HNI-HPAI Sampang-Madura).*" Dalam penelitiannya bahwa strategi pemasaran produk HNI-HPAI di Sampang sudah sesuai syari'at Islam. Dalam penelitian sama-sama membahas mengenai marketing, namun dalam penelitian tersebut fokus pada pembahasan secara umum. Sedangkan dalam penelitian ini fokus pada akad pada sistem marketing perspektif fiqh muamalah.

¹² Zulchaidir B. Firly Ramly, *The Master Book to be the Best Market Leader Hand Book for Agents of Halal Network International*. Jakarta : CELLS – HNI. 2017. hlm. 29-31.

2. Skripsi yang ditulis oleh Risma Umami yang berjudul “*Strategi Bisnis Multilevel Marketing Syari’ah Melalui Syi’ar Halal Network (Studi Kasus Pada Halal Network International PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (HNI-HPAI) Business Center Purwokerto).*”

Dalam penelitian tersebut menarik kesimpulan bahwa strategi bisnis MLM melalui syi’ar halal network yang digunakan sudah sesuai dengan syari’at Islam. Skripsi ini membahas mengenai kajian strategi bisnis secara spesifik dan komprehensif terhadap bisnis multilevel marketing syari’ah melalui syi’ar halal network. Sedangkan untuk persamaannya yaitu mengenai marketing. Namun dalam penelitian ini lebih memfokuskan pada akad pada sistem marketing perspektif fiqh muamalah.¹³

3. Skripsi yang ditulis oleh Arinda Widiatika Putri yang berjudul “*Pengaruh Strategi Pemasaran MLM Syariah Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Agency Produk Herba Penawar Alwahida Indonesia Di Kabupaten Ponorogo).*” Dalam penelitiannya bahwa variabel strategi promosi MLM syariah dan liberalisasi halal mampu mempengaruhi keputusan pembelian. Skripsi ini dalam penelitiannya bahwa pengaruh promosi MLM syariah terhadap keputusan pembelian produk HPAI, pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk HPAI, pengaruh promosi MLM syariah dan labelisasi halal terhadap keputusan

¹³ Risma Umami, Strategi Bisnis Multilevel Marketing Syari’ah Melalui Syi’ar Halal Network (Studi Kasus Pada Halal Network International PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (HNI-HPAI) Business Center Purwokerto), *Skripsi*: IAIN Purwokerto, 2019.

pembelian konsumen pada produk HPAI. Untuk persamaannya yaitu sama-sama mengenai marketing, namun dalam skripsi tersebut melihat dari seberapa jauh pemasaran produk karena saat ini banyak sekali produk yang mendapatkan sertifikat halal dari DSN-MUI. Sedangkan dalam penelitian ini lebih memfokuskan pada akad pada sistem marketing yang dilakukan di Agency Center perspektif fiqh muamalah.¹⁴

4. Skripsi yang ditulis oleh Muhamad Muksin yang berjudul "*Sistem Marketing Network PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) Dalam Tinjauan Fatwa DSN MUI NO. 75/DSN MUI/VII/2009 (Studi Pada Pusat Agency (PA) Tulungagung Jl. I Gusti Ngurah Rai Gang II, Bago, Kec. Tulungagung, Kab. Tulungagung).*" Dalam skripsi tersebut menarik kesimpulan bahwa masalah pembinaan dan pengawasan yang dalam realisasinya kurang menyeluruh. Skripsi ini fokus mengenai sistem marketing Network PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) pada Pusat Agency (PA) Tulungagung, tinjauan fatwa DSN MUI NO. 75/DSN MUI/VII/2009 terhadap Sistem Marketing Network PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) pada Pusat Agency (PA) Tulungagung. Jadi, sama-sama membahas marketing namun dalam penelitian tersebut lebih fokus pada fatwa DSN MUI NO.

¹⁴ Arinda Widiatika Putri, Pengaruh Strategi Pemasaran MLM Syariah Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Agency Produk Herba Penawar Alwahida Indonesia Di Kabupaten Ponorogo), *Skripsi*: IAIN Ponorogo, 2018.

75/DSN MUI/VII/2009. Sedangkan dalam penelitian ini lebih fokus pada akad pada sistem marketing perspektif fiqh muamalah.¹⁵

5. Skripsi yang ditulis oleh Fathimah Azzahra yang berjudul “*Strategi Marketing Public Relations Dalam Membangun Brand Awareness (Studi Deskriptif pada PT. HNI-HPAI).*” Skripsi ini dalam penelitiannya bahwa strategi marketing public relations PT. HNI-HPAI dalam upaya membangun brand awareness, metode komunikasi persuasif yang digunakan marketing public relations dalam membangun brand HNI HPAI. Dari hasil penelitian tersebut menemukan bahwa strategi yang digunakan dalam membangun brand awareness adalah pull strategy, push strategy, dan pass strategy. Dalam penelitian tersebut juga menarik kesimpulan mengenai marketing namun lebih difokuskan pada cara perusahaan membangun brand awareness dan metode persuasif yang digunakan oleh perusahaan tersebut.. Sedangkan dalam penelitian ini fokus pada akad pada sistem marketing HNI perspektif fiqh muamalah.¹⁶

Dalam berbagai sumber yang diperoleh maka dapat disimpulkan bahwa judul skripsi yang penulis bahas kali ini pokok permasalahan yang berbeda dengan beberapa judul yang telah ditinjau. Untuk itu penulis akan meneliti bagaimana akad dalam sistem marketing pada Agency Center

¹⁵ Muhamad Muksin, Sistem Marketing Network PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) Dalam Tinjauan Fatwa DSN MUI NO. 75/DSN MUI/VII/2009 (Studi Pada Pusat Agency (PA) Tulungagung Jl. I Gusti Ngurah Rai Gang II, Bago, Kec. Tulungagung, Kab. Tulungagung), *Skripsi* : IAIN Tulungagung, 2017.

¹⁶ Fathimah Azzahra, Strategi Marketing Public Relations Dalam Membangun Brand Awareness (Studi Deskriptif pada PT. HNI HPAI), *Skripsi* : UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2019

sehingga bisa dilihat apakah sesuai dengan fiqh muamalah atau tidak. Oleh karena itu, penulis akan mencoba mengkaji permasalahan tersebut dengan judul “*Analisis Akad Pada Sistem Marketing Halal Network International Menurut Perspektif Fiqh Muamalah (Studi Kasus Agency Center Gabus, Ngrampal, Sragen)*”.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan dilakukan oleh penulis merupakan penelitian lapangan dengan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang bertujuan untuk menghasilkan data-data deskriptif dari kata-kata lisan maupun dari perilaku yang diamati. Peneliti menggunakan jenis penelitian lapangan di mana penelitian ini menitik beratkan pada hasil pengumpulan data dari informan yang telah ditentukan untuk mendapatkan informasi.¹⁷

2. Sumber Data

Adapun sumber data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli yaitu wawancara, observasi, serta dokumentasi.

Data ini diperoleh dari hasil wawancara pemilik Agency Center

¹⁷ Lexy J. Meleong, *Metodologi Penelitian Kualitataif*, (Bandung : PT Rosda Karya), 2002, hlm. 135

HNI di Gabus, Ngrampal, Sragen, Dewan Pengawas Syariah (DPS) HNI, dan Agen Biasa yang berbelanja di Agency Center HNI.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh tidak secara langsung baik dari sumber-sumber yang telah ada, baik dari buku, internet atau dari sumber lainnya yang berkaitan dengan yang akan diteliti.¹⁸

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui percakapan atau dialog tanya-jawab oleh peneliti terhadap subyek penelitian dengan tujuan untuk mendapatkan informasi secara relevan yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini, penulis mewawancarai pemilik Agency Center Gabus, Ngrampal, Sragen yang juga telah mencapai peringkat Executive Director, Dewan Pengawas Syariah (DPS) HNI, dan agen HNI yang berbelanja di Agency Center Gabus, Ngrampal, Sragen.

b. Observasi

Teknik observasi dilakukan dengan menggunakan penelitian partisipatoris. Peneliti bertindak sebagai observer partisipatoris karena sebagai member HNI yang berarti ikut serta

¹⁸ S. Nasution, *Metode Research Penelitian Ilmiah*, (Jakarta : Bumi Aksara), 2006, hlm. 113.

dalam kegiatan yang dilaksanakan oleh observant. Dalam hal ini dilakukan untuk memperoleh gambaran secara riil terhadap suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan pada penelitian ini. Penggunaan teknik ini dilakukan untuk melihat secara langsung akad pada sistem marketing HNI perspektif fiqh muamalah pada Agency Center HNI di Dusun Made, Gabus, Ngrampal, Sragen.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan melihat atau mencatat suatu laporan yang diperoleh atau yang sudah tersedia bisa berbentuk tulisan atau gambar sebagai pelengkap dalam data penelitian. Dalam teknik ini, peneliti mendapatkan data-data yang berupa dokumentasi seperti foto wawancara langsung dengan pemilik Agency Center, foto produk dan Halalmart Agency Center HNI, buku *The Master Book to be the Best Market Leader Hand Book for Agents of Halal Network International*, serta dokumen-dokumen lainnya untuk kelengkapan penelitian ini.¹⁹

d. Metode Data Kepustakaan

Metode kepustakaan merupakan metode yang digunakan untuk mengumpulkan data serta informasi dalam berbagai macam bentuk materi yang ada di perpustakaan. Hal ini dilakukan untuk

¹⁹ S. Nasution, *Metode Research Penelitian Ilmiah*, (Jakarta : Bumi Aksara), 2006, hlm. 113.

memperoleh data-data sebagai pendukung yang ditempuh melalui kegiatan seperti membaca, mengamati, memahami, mengutip buku-buku dan sebagainya. Pengumpulan data ini dilakukan untuk menelusuri konsep fiqh muamalah mengenai akad pada sistem marketing HNI Agency Center di Dusun Made, Gabus, Ngrampal, Sragen.

4. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan teknik pengolahan data yang sedemikian rupa sehingga akan diperoleh kebenaran secara objektif. Menurut Miles dan Huberman, analisis terdiri menjadi tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu²⁰:

a. Reduksi Data

Reduksi berarti proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan yang tertulis di lapangan. Penulis akan memusatkan perhatian pada data catatan lapangan hasil wawancara dengan pemilik Agency Center HNI di Gabus, Ngrampal, Sragen. Kemudian data yang telah diperoleh melalui wawancara dan observasi akan diteliti kembali oleh peneliti untuk mendapatkan hasil yang benar dan tidak ada kesalahan, sehingga data dianalisis dengan metode deskriptif agar mudah dipahami.

b. Penyajian Data

²⁰ Miles dan Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, (Jakarta : UI Press), 1992, hlm. 16.

Miles dan Huberman membatasi suatu penyajian sebagai sekumpulan informasi yang tersusun sehingga memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Setelah menelaah data-data yang nantinya akan dimasukkan kedalam hasil penelitian, maka untuk tahap selanjutnya adalah penulis akan menyajikan hasil penelitian berupa hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan pada pemilik Agency Center HNI di Dusun Made, Gabus, Ngrampal, Sragen serta menyajikan data pendukung melalui buku, jurnal, serta sumber yang lain untuk memberikan kesimpulan.

c. Menarik Kesimpulan

Menurut Miles dan Huberman, penarikan kesimpulan hanyalah sebagian dari satu kegiatan dari konfigurasi yang utuh. Setelah semua data tersaji, maka permasalahan yang dijadikan objek dalam penelitian dapat dipahami dan kemudian ditarik kesimpulan yang merupakan hasil dari penelitian..

H. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan penelitian ini, penulis telah membuat sistematika penulisan. Sistematika penulisan ini dibagi menjadi lima bab, antara lain sebagai berikut:

Bab Pertama, pada bab ini akan dibahas mengenai pendahuluan yakni pengantar umum dari penelitian ini. Dalam bab ini terdiri dari latar

belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metodologi penelitian, tinjauan pustaka dan sistematika penulisan.

Bab Kedua, dalam bab ini akan dibahas mengenai landasan teoritis yang terdiri dari akad dalam fiqh muamalah, sistem marketing dalam Islam, multi level marketing syariah.

Bab Ketiga, pada bab ini menjelaskan tentang gambaran umum HNI berupa profil HNI, MLM atau bisnis network marketing syariah, 10 keunggulan bisnis HNI, ide besar HNI, hijrah lifestyle with hijrah products, visi, misi, motto, tagline HNI, 5 pilar PASTI HNI, peluang 5S, dan sistem marketing pada Agency Center HNI di Dusun Made, Gabus, Ngrampal, Sragen.

Bab Keempat, pada bab ini akan menjelaskan mengenai pembahasan dari hasil penelitian serta menjawab rumusan masalah penelitian mengenai akad pada sistem marketing pada Agency Center HNI di Dusun Made, Gabus, Ngrampal, Sragen perspektif fiqh muamalah.

Bab Kelima, pada akhir bab berisi penutup yakni peneliti akan memberikan kesimpulan terhadap apa yang diteliti oleh peneliti, memberikan saran sebagai bahan pertimbangan.

BAB II

AKAD DALAM FIQH MUAMALAH DAN SISTEM MARKETING ISLAM

A. Akad Dalam Fiqh Muamalah

1. Pengertian Akad Dalam Fiqh Muamalah

Akad dalam bahasa arab berarti ikatan atau pengencangan dan penguatan antara beberapa pihak dalam hal tertentu, baik ikatan itu bersifat konkret maupun abstrak, baik dari satu sisi maupun dari dua sisi. Dalam kitab al-Mishbah al-Munir dan kitab-kitab bahasa lainnya disebutkan '*aqada al-habl* (mengikat tali) atau '*aqada al-bay'* (mengikat jual-beli) atau '*aqada al-'ahd* (mengikat perjanjian) *fan'aqada* (lalu ia terikat). Menurut fuqaha, akad memiliki dua pengertian yaitu umum dan khusus. Pengertian umum lebih dekat dengan pengertian secara bahasa dan pengertian ini yang tersebar di kalangan fuqaha malikiyyah, syafi'iyyah dan hanabillah yaitu setiap sesuatu yang ditekadkan oleh seseorang untuk melakukannya baik muncul dengan kehendak sendiri seperti wakaf, *ibra'* (pengguguran hak) talak, dan sumpah. Adapun pengertian khusus yang dimaksudkan disini ketika membicarakan tentang teori akad adalah hubungan antara ijab efek terhadap objek.¹

Adapun al-'aqd menurut bahasa berarti ikatan. Mayoritas fuqaha mengartikannya gabungan *ijab* dan *qabul*, dan penghubungan antara

¹ Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu Jilid 4*, penerjemah Abdul Hayyie Al-Kattani, (Jakarta: Gema Insani, 2011), hlm. 420.

keduanya sedemikian rupa sehingga terciptalah makna atau tujuan yang diinginkan dengan akibat-akibat nyatanya. Dengan demikian, akad adalah sesuatu perbuatan untuk menciptakan apa yang diinginkan oleh dua belah pihak yang melakukan *ijab* dan *qabul*.²

Perikatan dan perjanjian dalam konteks fiqh muamalah dapat disebut dengan akad. Kata akad berasal dari bahasa Arab *al-‘aqd* bentuk jamaknya *al-‘uqud* yang mempunyai arti lain yaitu:

1. Mengikat (*al-rabith*), yaitu:

“Mengumpulkan dua ujung tali dan mengikat salah satunya dengan yang lain sehingga bersambung, kemudian keduanya menjadi sepotong benda.”

2. Sambungan (*al-‘aqad*), yaitu:

“Sambungan yang memegang kedua ujung itu dan mengikatnya.”

3. Janji (*al-‘ahd*) sebagaimana yang dijelaskan dalam QS. Ali Imran ayat 76:

“(Bukan demikian), sebenarnya siapa yang menepati janji (yang dibuat)nya dan bertaqwa. Maka sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertaqwa.”

Dari keterangan di atas dapat disimpulkan bahwa pengertian akad mencakup:

1. Perjanjian
2. Persetujuan dua buah perjanjian atau lebih

² Muhammad Jawad Maghniyah, *Fiqh al-Imam Ja’far ash-Shadiq*, penerjemah Abu Zainab, (Jakarta: Lentera, 2009), hlm. 34.

3. Perikatan

Dalam akad pada dasarnya dititik beratkan pada kesepakatan antara kedua belah pihak yang ditandai dengan *ijab-qabul*. Ijab-qabul adalah suatu perbuatan atau pernyataan untuk menunjukkan suatu keridhaan dalam berakad yang dilakukan oleh dua orang atau lebih, sehingga terhindar atau keluar dari suatu ikatan yang tidak berdasarkan syara'.³

2. Rukun-Rukun Akad

Dalam pengertian fuqaha, rukun adalah asas, sendi atau tiang. Yang berarti sesuatu yang menentukan sah (apabila dilakukan) dan tidaknya (apabila ditinggalkan) suatu pekerjaan tertentu dan sesuatu itu termasuk di dalam pekerjaan itu. Ijab dan qabul sangat penting dalam transaksi jual beli karena menjadi indikator kerelaan mereka yang melakukan akad. Dalam fiqh muamalah, ijab dan qabul adalah komponen dari *shiqhatul 'aqd* yaitu ekspresi dari dua pihak yang menyelenggaraan akad atau pemilik barang dan orang yang akan dipindahkan kepemilikan barang kepadanya yang mencerminkan kerelaan hatinya untuk memindahkan kepemilikan dan menerima kepemilikan.⁴

Terdapat perbedaan pendapat dikalangan fuqaha berkenaan dengan rukun akad menurut jumhur fuqaha rukun akad terdiri atas:

a. *'Aqid*

³ Qamarul Huda, *Fiqh Muamalah*, (Yogyakarta: Teras, 2011), hlm. 25.

⁴ Suhendi, *Fikih Muamalah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2007), hlm. 47.

'Aqid yaitu orang yang berakad (bersepakat). Terkadang masing-masing pihak yang berakad terdiri dari satu orang atau terdiri dari beberapa pihak orang. Seseorang yang berakad terkadang merupakan orang yang memiliki hak ataupun wakil dari yang memiliki hak.

b. *Ma'qud 'alaih*

Ma'qud 'alaih yaitu benda-benda yang diakadkan, seperti benda yang ada dalam transaksi jual beli.

c. *Maudhu' al-'aqd*

Maudhu' al-'aqd yaitu tujuan atau maksud pokok dalam melakukan akad. Tujuan pokok akad jual beli misalnya memindahkan barang dari penjual kepada pembeli dengan diberi ganti.

d. *Shighat al-'aqd*

Shighat al-'aqd yang terdiri dari ijab qabul. Ijab adalah permulaan penjelasan yang keluar dari salah seorang yang berakad sebagai gambaran kehendaknya mengadakan akad.⁵ Qabul adalah perkataan yang keluar dari pihak berakad pula, yang diucapkan setelah adanya ijab. Jadi pengertian ijab qabul dalam berakad adalah bertukarnya sesuatu dengan yang lain di mana pihak pertama mengucapkan kata menyerahkan objek akad dan pihak kedua mengucapkan kata menerima objek akad.

⁵ Suhendi, *Fikih Muamalah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2007), hlm. 47.

Jadi rukun akad adalah segala sesuatu yang mengungkapkan kesepakatan dua kehendak atau menggantikan posisinya baik berupa perbuatan, isyarat maupun tulisan. Sementara untuk unsur atau pilar lainnya menjadi fondasi akad seperti objek yang diakadkan dan dua pihak yang berakad merupakan keadilan akad yang mesti ada untuk membentuk sebuah akad. Karena adanya *ijab* dan *qabul* menghendaki adanya dua pihak yang berakad.⁶

Dalam *ijab qabul* terdapat beberapa syarat yang harus dipenuhi, ulama fiqh menuliskannya sebagai berikut:

- a. Adanya kejelasan maksud antara kedua belah pihak, misalnya :
“aku serahkan benda ini kepadamu sebagai hadiah atau pemberian”.
- b. Adanya kesesuaian antara *ijab* dan *qabul*.
- c. Adanya satu majlis akad dan adanya kesepakatan antara kedua belah pihak, tidak menunjukkan penolakan dan pembatalan dari keduanya.
- d. Menggambarkan kesungguhan kemauan dari pihak-pihak yang bersangkutan, tidak terpaksa, dan tidak diancam atau ditakut-takuti oleh orang lain karena dalam *tijarah* (jual beli) harus saling merelakan.

Beberapa cara yang diungkapkan dari para ulama fiqh dalam berakad, yaitu:

⁶ Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam ...*, hlm. 429.

- a. Dengan cara tulisan atau kitabah, misalnya dua aqid berjauhan tempatnya maka ijab qabul boleh dengan kitabah atau tulisan.
- b. Isyarat, bagi orang tertentu akad atau ijab qabul tidak dapat dilaksanakan dengan tulisan maupun lisan, misalnya pada orang bisu yang tidak bisa baca maupun tulis, maka orang tersebut akad dengan isyarat.
- c. Perbuatan, cara lain untuk membentuk akad selain dengan cara perbuatan. Misalnya seorang pembeli menyerahkan sejumlah uang tertentu, kemudian penjual menyerahkan barang yang dibelinya.
- d. Lisan *al-Hal*. Menurut sebagian ulama, apabila seseorang meninggalkan barang-barang dihadapan orang lain, kemudian dia pergi dan orang yang ditinggali barang-barang itu berdiam diri saja, hal itu dipandang telah ada akad *ida'* (titipan).

Ijab qabul akan dinyatakan batal apabila:

- a. Penjual menarik kembali ucapannya sebelum terdapat qabul dari si pembeli,
- b. Adanya penolak ijab qabul dari si pembeli,⁷
- c. Berakhirnya majlis akad. Jika kedua pihak belum ada kesepakatan, namun keduanya telah pisah dari majlis akad. Ijab dan qabul dianggap batal,
- d. Kedua pihak atau salah satu, hilang kesepakatannya sebelum terjadi kesepakatan,

⁷ Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqih Islam ...*, hlm. 429.

- e. Rusaknya objek transaksi sebelum terjadinya qabul atau kesepakatan.

3. Syarat-Syarat Akad

Syarat adalah sesuatu yang kepadanya tergantung sesuatu yang lain, dan sesuatu itu keluar dari hakikat sesuatu yang lain itu.⁸ Syarat-syarat dalam akad adalah sebagai berikut:

- a. Kedua orang yang melakukan akad cakap bertindak (ahli). Tidak sah akad orang yang tidak cakap bertindak, seperti pengampuan, dan karena boros.
- b. Yang dijadikan objek akad dapat menerima hukumnya.
- c. Akad itu diizinkan oleh syara', dilakukan oleh orang yang mempunyai hak melakukannya, walaupun dia bukan 'aqid yang memiliki barang.
- d. Janganlah akad itu akad yang dilarang oleh syara'. Akad dapat memberikan faedah, sehingga tidaklah sah bila rahn (gadai) dianggap sebagai imbalan amanah (kepercayaan).
- e. Ijab itu berjalan terus, tidak dicabut sebelum terjadi qabul. Maka apabila orang berijab menarik kembali ijabnya sebelum qabul maka ijabnya batal.

⁸ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Amzah, 2013), hlm. 110.

- f. Ijab dan qabul harus bersambung, sehingga bila seseorang yang berijab telah berpisah sebelum adanya qabul, maka ijab tersebut menjadi batal.⁹

4. Prinsip-Prinsip Akad

Hukum Islam telah menetapkan beberapa prinsip akad yang berpengaruh kepada pelaksanaan akad yang dilaksanakan oleh pihak-pihak yang berkepentingan. Prinsip-prinsip akad dalam Islam adalah sebagai berikut:

- a. Prinsip kebebasan berkontrak.
- b. Prinsip perjanjian itu mengikat.
- c. Prinsip kesepakatan bersama.
- d. Prinsip ibadah.
- e. Prinsip keadilan dan keseimbangan prestasi.
- f. Prinsip kejujuran (amanah).¹⁰

5. Macam-Macam Akad

Para ulama fiqh mengemukakan bahwa akad itu dapat dibagi dan dilihat dari beberapa segi. Jika dilihat dari keabsahannya menurut syara', akad dibagi menjadi dua, yaitu sebagai berikut:¹¹

- a. Akad Shahih

⁹ Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 55.

¹⁰ Ahmad Azhar Basyir, *Asas-Asas Hukum Muamalat*, (Yogyakarta: UII Pres, 1982), hlm. 65.

¹¹ Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqh Muamalat ...*, hlm. 58.

Akad shahih adalah akad yang telah memenuhi rukun-rukun dan syarat-syaratnya. Hukum dari akad shahih ini adalah berlakunya seluruh akibat hukum yang ditimbulkan akad itu dan mengikat pada pihak-pihak yang berakad.

Ulama Hanafiyah membagi akad shahih menjadi dua macam, yaitu:

- 1) Akad nafiz (sempurna untuk dilaksanakan), adalah akad yang dilangsungkan dengan memenuhi rukun dan syaratnya dan tidak ada penghalang untuk melaksanakannya.
- 2) Akad mawquf, adalah akad yang dilakukan seseorang yang cakap bertindak hukum, tetapi ia tidak memiliki kekuasaan untuk melangsungkan dan melaksanakan akad ini, seperti akad yang dilangsungkan oleh anak kecil yang mumayyiz.¹²

Jika dilihat dari sisi mengikat atau tidaknya jual beli yang shahih itu, para ulama fiqh membaginya menjadi dua macam yaitu:

- 1) Akad yang bersifat mengikat bagi pihak-pihak yang berakad, sehingga salah satu pihak tidak boleh membatalkan akad itu tanpa seizin pihak lain, seperti akad jual beli dan sewa menyewa.
- 2) Akad yang tidak bersifat mengikat bagi pihak-pihak yang berakad, seperti akad al-wakalah (perwakilan), al-ariyah (pinjam meminjam), dan al-wadi'ah (barang titipan).

¹² Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqh Muamalat ...*, hlm. 58.

b. Akad tidak Shahih

Akad yang tidak shahih adalah akad yang terdapat kekurangan pada rukun atau syarat-syaratnya, sehingga seluruh akibat hukum akad itu tidak berlaku dan tidak mengikat pihak-pihak yang berakad.

Akad yang tidak shahih dibagi oleh ulama Hanafiyah dan Malikiyah menjadi dua macam, yaitu sebagai berikut:¹³

1) Akad Bathil

Akad bathil adalah akad yang tidak memenuhi salah satu rukunnya atau ada larangan langsung dari syara'. Misalnya objek jual beli itu tidak jelas atau terdapat unsur tipuan, seperti menjual ikan dalam lautan, atau salah satu pihak yang berakad tidak cakap bertindak hukum.

2) Akad Fasid

Akad fasid adalah akad yang pada dasarnya disyariatkan, akan tetapi sifat yang diakadkan itu tidak jelas. Misalnya, menjual rumah atau kendaraan yang tidak ditunjukkan tipe, jenis, dan bentuk rumah yang akan dijual, atau tidak disebut brand kendaraan yang dijual, sehingga menimbulkan perselisihan antara penjual dan pembeli.

6. Berakhirnya Akad

¹³ Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqh Muamalat ...*, hlm. 58.

Akad berakhir disebabkan oleh beberapa hal, diantaranya sebagai berikut:¹⁴

- a. Berakhirnya masa berlaku akad tersebut, apabila akad tersebut tidak mempunyai tenggang waktu.
- b. Dibatalkan oleh pihak-pihak yang berakad, apabila akad tersebut sifatnya tidak mengikat.
- c. Dalam akad sifatnya mengikat, suatu akad dapat dianggap berakhir jika:
 - 1) Jual beli yang dilakukan fasad, seperti terdapat unsur-unsur tipuan salah satu rukun atau syaratnya tidak terpenuhi,
 - 2) Berlakunya khiyar syarat, aib, atau rukyat,
 - 3) Akad tersebut tidak dilakukan oleh salah satu pihak secara sempurna,
 - 4) Salah satu pihak yang melakukan akad meninggal dunia.

7. Hikmah Akad

Akad dalam muamalah antar sesama manusia tentu mempunyai hikmah, diantara hikmah diadakannya akad adalah sebagai berikut:

- a. Adanya ikatan yang kuat antara dua orang atau lebih didalam bertransaksi atau memiliki sesuatu.
- b. Tidak dapat sembarangan dalam membatalkan suatu ikatan perjanjian, karena telah diatur secara syar'i.

¹⁴ Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqh Muamalat ...*, hlm. 58.

- c. Akad merupakan “payung hukum” didalam kepemilikan sesuatu, sehingga pihak lain tidak dapat menggugat atau memilikinya.¹⁵

B. Sistem Marketing Dalam Islam

1. Pengertian Sistem Marketing Dalam Islam

Sistem adalah gabungan dari beberapa komponen yang saling berhubungan untuk mencapai satu tujuan bersama¹⁶. Sedangkan marketing adalah sebuah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan.¹⁷

Marketing syariah merupakan bisnis yang harus memayungi seluruh aktivitas dalam sebuah perusahaan atau perorangan, meliputi seluruh proses, menciptakan, menawarkan, pertukaran nilai dari seorang produsen, atau satu perusahaan, atau perorangan yang sesuai dengan ajaran Islam.

Karakteristik dari marketing syariah ada beberapa unsur yaitu:

- a. Theistis (*Rabbaniyah*)
- b. Etis (*Akhlaqiah*)
- c. Realistis (*Al-Waqiiyyah*)
- d. Humanistis (*Al-Insanyiah*)

¹⁵ Ibid., hlm. 59.

¹⁶ <https://www.tommCIFLE.com>, diakses pada 10 Desember 2021 pkl 18.30 WIB.

¹⁷ Hari Winarno, Strategi Pemasaran. *Majalah Ilmiah Ekonomika* Vol. 14 No.3, Agustus 2011, hlm. 109

Jika ditinjau dari empat diatas, pertama berdasarkan Ketuhanan, yaitu keyakinan bulat, bahwa semua gerak gerik manusia selalu berada dibawah pengawasan oleh Yang Maha Kuasa, Maha Pencipta, Maha Pengawas. Oleh sebab itu, semua insan harus berperilaku sebaik mungkin, tidak berperilaku licik, suka menipu, mencuri dan sebagainya. Nilai Rabbaniyyah ini melekat atau menjadi darah daging dalam pribadi setiap muslim, sehingga dapat mengerem perbuatan-perbuatan tercela dalam dunia bisnis.¹⁸

Kedua Etis, artinya semua perilaku berjalan diatas norma etika yang berlaku umum. Etika adalah kata hati, dan kata hati ini adalah kata yang sebenarnya, tidak bisa dibohongi. Oleh karena itu, hal ini menjadi panduan para marketing syariah selalu memelihara setiap tutur kata, perilaku dalam berhubungan bisnis dengan siapa saja, konsumen, penyalur, pemasok ataupun saingannya.

Ketiga Realistis, artinya sesuai dengan kenyataan, jangan mengada-ada apalagi yang menjurus kepada kebohongan. Semua transaksi yang dilakukan harus berlandaskan pada realita, tidak membeda-bedakan orang, suku, warna kulit. Semua tindakan penuh dengan kejujuran. Bahkan ajaran Rasulullah tentang sifat realistis ialah jika anda menjual barang yang ada cacatnya, maka katakan kepada calon pembeli, bahwa barang ini sedikit cacat. Demikian ajaran

¹⁸ Siti Soleha, Implementasi Marketing Syariah PT. Hiba Mitra Devinda Bengkulu Perspektif Ekonomi Islam, *Skripsi*: IAIN Bengkulu, 2017.

Rasulullah, sangat realistis, jangan sekali-kali mengelabui orang, ini harus diikuti oleh umatnya.

Keempat Humanistis, artinya berperilaku kemanusiaan, hormat menghormati sesama, marketing berusaha membuat kehidupan menjadi lebih baik. Jangan sampai kegiatan marketing malah sebaliknya merusak tatanan hidup di masyarakat, menjadikan perilaku kehidupan bermasyarakat terganggu, seperti hidupnya gerombolan hewan, tidak ada aturan yang kuat yang berkuasa. Juga dari segi marketer sendiri, jangan sampai menjadi manusia serakah, mau menguasai segalanya, menindas orang lain.¹⁹

2. Taktik Sistem Marketing

Para penjual dan kaum produsen saling bersaing, dan menggunakan senjata, marketing dalam berbagai bentuk taktik sebagai berikut:

a. Persaingan melalui harga

Kaum produsen menurunkan harga, menjual barang lebih murah dari pesaingnya. Suasana ini menguntungkan konsumen, dan merugikan kaum penjual.

b. Persaingan melalui kualitas

Karena persaingan harga sangat merugikan produsen, maka diciptakan senjata baru berupa membuat barang dengan kualitas

¹⁹ Ibid., hlm. 22-23.

barang lebih baik dari pesaing. Para konsumen berani membayar mahal asal kualitasnya memenuhi kepuasan mereka.

c. Persaingan melalui desain

Kaum produsen mulai menciptakan model, desain, warna, bentuk yang unik, yang disenangi oleh konsumen. Konsumen pun berani membayar mahal untuk barang yang desainnya sesuai dengan selera mereka.

d. Turbo marketing, persaingan melalui kecepatan dengan *time come presion*

Kaum produsen mulai melancarkan taktik layanan kilat, semua serba turbo seperti *fast food*, makanan siap santap, kereta api kilat, ekspedisi kilat, surat pos kilat, cetak foto kilat bisa ditunggu, bahkan pesanan mobil khusus sesuai kehendak konsumen pun bisa dilayani jauh lebih cepat dari produksi mobil biasanya.²⁰

3. Strategi Sistem Marketing Syariah

Ada tiga paradigma syariah marketing, yaitu sebagai berikut:

a. Syariah marketing strategy

Marketing strategi berusaha menanamkan nama lembaga beserta produknya dibenak konsumen, ini bertujuan untuk mencapai *how to win the market*.

²⁰ Ibid., hlm. 23.

Komponen dalam strategi sebuah perusahaan pertama-tama harus ada pemetaan konsumen, dari mana saja sekelompok konsumennya, aspek psikografis dan sebagainya. Alternatif targeting ini tentu tergantung pada ketersediaan kapasitas perusahaan, masalah keunggulan kompetitif yang dimiliki, situasi persaingan pada umumnya serta kondisi lingkungan, ekonomi, politik dan sebagainya.²¹

b. Syariah marketing taktik

Taktik merupakan aktivitas menggunakan berbagai teknik promosi, pengabdian pada masyarakat adalah dalam mengusahakan penguasaan pasar. Taktik menyangkut teknik yang digunakan untuk merekrut calon konsumen, apakah akan menggunakan bauran pemasaran dan elemen bauran yang mana yang akan diutamakan. *Positioning* adalah penanaman eksistensi produk dan merek atau nama perusahaan. Jadi *positioning* merupakan bagaimana produsen menciptakan suatu kesan yang lain, yang lebih baik tentang suatu produk yang sudah ada dan ini berpengaruh terhadap calon konsumen.

c. Syariah marketing value

Value bertujuan untuk merebut tempat dihati konsumen. Value pada akhir-akhir ini menjadi dambaan para produsen, karena telah terjadi pergeseran selera konsumen dimana fitur dan benefit

²¹ Siti Soleha, Implementasi Marketing Syariah ..., *Skripsi*: IAIN Bengkulu, 2017.

tidak cukup lagi untuk memuaskan pelanggan. Value merupakan nilai-nilai yang makin lama makin bermutu, meningkatkan value added bagi konsumen, layanan memuaskan akan membuat nama perusahaan semakin bergengsi dan kebanggaan konsumen.²²

C. Multi Level Marketing Syariah

1. Pengertian Multi Level Marketing Syariah

Secara etimologi Multi Level Marketing (MLM) berasal dari bahasa Inggris Multi berarti banyak sedangkan level berarti jenjang atau tingkat. Adapun marketing berarti pemasaran. Jadi dari kata tersebut dapat dipahami bahwa MLM adalah pemasaran yang berjenjang banyak. Disebut sebagai “Multi Level” karena merupakan suatu organisasi distributor yang melaksanakan penjualan yang berjenjang banyak atau bertingkat-tingkat.

Dalam pengertian “Marketing” sebenarnya tercakup arti menjual dan selain arti menjual, dalam marketing banyak aspek yang berkaitan dengannya antara lain ialah produk, harga, promosi, distribusi dan sebagainya. Jadi “Marketing” lebih luas maknanya dari menjual. Menjual merupakan bagian dari “Marketing” karena menjual hanyalah kegiatan transaksi penukaran barang dengan uang. Pengertian multi level marketing (MLM) adalah sebuah sistem pemasaran modern melalui jaringan distribusi yang dibangun secara permanen dengan

²² Ibid., hlm. 26-28.

memposisikan pelanggan perusahaan sekaligus sebagai tenaga pemasaran. Dengan kata lain dapat dikemukakan bahwa MLM adalah pemasaran berjenjang melalui jaringan distributor yang dibangun dengan menjadikan konsumen sebagai tenaga pemasaran. Pemasaran dan distribusi yang dilakukan melalui banyak level (tingkatan), yang biasa dikenal dengan istilah Upline (tingkat atas) dan Downline (tingkat bawah), orang akan disebut Upline jika mempunyai Downline.²³

Secara umum segala jenis kegiatan usaha dalam perspektif syari'ah Islamiyah, termasuk dalam kategori muamalah yang hukum asalnya mubah (boleh dilakukan) asalkan tidak melanggar beberapa prinsip pokok dalam syariah Islam. MLM Syariah adalah sebuah usaha MLM yang mendasarkan sistem operasionalnya pada prinsip-prinsip syariah. Dengan demikian, dengan sistem MLM konvensional yang berkembang pesat saat ini dicuci, dimodifikasi, dan disesuaikan dengan syariah. Aspek-aspek haram dan syubhat dihilangkan dan diganti dengan nilai-nilai ekonomi syariah yang berlandaskan tauhid, akhlak, dan hukum mu'amalah. Tidak mengherankan jika visi dan misi MLM konvensional akan berbeda total dengan MLM Syariah. Visi MLM syariah tidak hanya berfokus pada keuntungan materi semata, tapi keuntungan untuk dunia dan akhirat orang-orang yang terlibat didalamnya. Dalam MLM syariah juga ada Dewan Pengawas Syariah

²³ Agus Marimin, dkk, *Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Dalam Pandangan Islam*, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* Vol. 02, No. 02, 2016, hlm. 106.

dimana lembaga ini secara tidak langsung berfungsi untuk memfilter bila ada hal-hal yang tidak sesuai dengan aturan agama Islam pada suatu usaha syariah.²⁴

Adapun visi MLM Syariah adalah mewujudkan Islam Kaffah melalui pengamalan ekonomi syariah. Sedangkan misinya adalah: *Pertama*, mengangkat derajat ekonomi umat melalui usaha yang sesuai dengan tuntunan syariah Islam. *Kedua*, meningkatkan jalinan ukhuwah Islam diseluruh dunia. *Ketiga*, membentuk jaringan ekonomi Islam dunia, baik jaringan produksi, distribusi, maupun konsumennya, sehingga dapat mendorong kemandirian dan kemajuan ekonomi umat. *Keempat*, memperkuat ketahanan aqidah dari serbuan budaya dan ideologi yang tidak Islami. *Kelima*, mengantisipasi dan meningkatkan strategi menghadapi era liberalisasi ekonomi dan perdagangan bebas. *Keenam*, meningkatkan ketenangan batin konsumen Muslim dengan tersedianya produk-produk halal dan thayyib.²⁵

2. Sejarah Multi Level Marketing Syariah

Bisnis MLM tak mungkin dipisahkan dari sosok Prof. Carl Rehnborg, asal Universitas Chicago. Dialah penemu pertama sistem bisnis ini yang bagi sebagian orang dianggap fenomenal saat ini. Sistem MLM, dirumuskan olehnya pada tahun 1940-an dengan produk

²⁴ N. Aini Latifah, "Multi Level Marketing (MLM) Dalam Perspektif Syariah", dikutip dari <http://repo.iain-tulungagung.ac.id>, diakses pada 4 Juni 2022, hlm. 5.

²⁵ Ibid., hlm. 5.

pertamanya adalah vitamin dan makanan tambahan Nutrilite, produksi *Nutrilite Products Inc*, sebuah perusahaan di Amerika.²⁶

Keberadaan MLM di Indonesia diawali oleh berdirinya perusahaan MLM (yang pertama) dengan nama PT Nusantara Sun Chlorella pada Oktober 1986 di Bandung. Perusahaan ini didirikan oleh keluarga Wirawan Chondro, S. Abrian Natan, dan seorang sahabat mereka dari Malaysia, Yanki Regan. Waktu itu mereka mengadopsi sistem MLM khususnya, untuk mendistribusikan produk tunggal Sun Chlorella, makanan kesehatan yang pernah sangat populer dikalangan masyarakat Indonesia.

Tahun 1992, seiring dengan perkembangan usaha dan semakin banyaknya produk yang dipasarkan, NSCT berganti nama menjadi PT Centranusa Insancemerlang atau CNI (*Creative Network International*).

MLM Syariah di Indonesia, dipelopori Ahad-Net Internasional. Ahad berarti satu. Maksudnya untuk membangun ekonomi umat, dibutuhkan persatuan ukhuwah dan jamaah. Ahad adalah singkatan dari Al-Qur'an, hadits, akhirat dan dunia.²⁷ Konsep awal Ahad-Net sudah dirancang mulai tahun 1995 oleh lima orang yaitu: Ateng Kusrini, Setyotomo, Abdul Halim Syahid, Hamdani dan Muhammad

²⁶ Supriyadi Yosuf Boni, *Apa Salah MLM?*, (Jakarta Timur: Pustaka Al-Kautsar, 2017), hlm. 114.

²⁷ Abdul Rahman, <http://abdulrahmanblogspot.blogspot.co.id/2010/05/mlm-syariah.html> diakses pada 4 Juni 2022, hlm. 2017.

Hidayat. Pada tanggal 01 Januari 1996, launching MLM Ahad-Net di Jakarta Selatan.

Kemudian selanjutnya perusahaan yang melakukan MLM syariah yaitu PT Mulia Akhlak Laksana (PT Mutiara Arum Lestari). Perusahaan tersebut bergerak dalam bidang distribusi barang dan jasa melalui jaringan dan keanggotaan. Perusahaan didirikan di Jakarta pada tanggal 01 November 1999 dan beroperasi pada tanggal 01 Desember 1999.²⁸

Sejak itu, seperti sudah diprediksi oleh banyak pihak, minat terhadap bisnis MLM bak “jamur yang tumbuh pada musim hujan”. Pengusaha dan masyarakat berebut terjun ke bisnis *networking* seolah sama-sama tidak ingin ketinggalan kereta api. Maklum lahan MLM subur, mudah menggarapnya dan keuntungan yang mengalir deras ke dalam kocek sungguh menggiurkan.

Pengusaha yang ingin berkecimpung dalam bisnis MLM tidak dibatasi sepanjang yang bersangkutan bisa mengantongi *SIUPL* (*Surat Ijin Usaha Penjualan Langsung*) dari Departemen Perdagangan dan mematuhi berbagai ketentuan yang berlaku.

Setiap perusahaan yang mengajukan perizinan usaha penjualan langsung diselidik secara cermat. Hal tersebut lebih dimaksudkan untuk melindungi masyarakat agar tidak menjadi korban sia-sia dari berjenis praktik yang merugikan.

²⁸ Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, (Tangerang: Qultum Media, 2005), hlm. 238.

3. Ketentuan Fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009 Tentang MLM Syariah

Fatwa ini menjelaskan beberapa ketentuan yang wajib ada dalam MLM Syariah, diantaranya:²⁹

- a. Objek transaksi riil berupa barang dan ataupun jasa harus ada.
- b. Produk berupa barang dan ataupun jasa yang ditransaksikan tidak boleh sesuatu yang haram dan tidak bertujuan untuk yang diharamkan.
- c. Transaksi tidak boleh mengandung unsur *gharar*, *maysir*, *riba*, *dhalim*, *dharar*, *maksiat*.
- d. Tidak ada *excessive mark-up* atau kenaikan harga yang berlebihan sehingga dapat merugikan konsumen sebab tidak seimbang dengan mutu dan kualitas objek penjualan.
- e. Komisi yang memberikan kepada mitra dari perusahaan 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 (Penjualan Langsung Berjenjang Syariah).
- f. Bonus yang diberikan kepada mitra oleh perusahaan harus jelas jumlahnya ketika dilakukan transaksi (akad) sesuai dengan target

²⁹ Fatwa DSN- MUI, *Penjualan Langsung Berjenjang Syari'ah*, No. 75 Tahun 2009.

penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan oleh perusahaan.

- g. Tidak boleh ada komisi atau bonus yang didapat secara pasif yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa.³⁰
- h. Tidak melakukan *Money Game*, yaitu kegiatan penghimpunan dana masyarakat atau penggandaan uang dengan praktik memberikan komisi dan bonus dari hasil perekrutan/pendaftaran mitra usaha yang baru gabung/bergabung kemudian dan bukan dari hasil penjualan produk, atau dari hasil penjualan produk namun produk yang dijual tersebut hanya sebagai kamufase atau tidak mempunyai mutu/kualitas yang dapat dipertanggung jawabkan.

4. Bisnis Multi Level Marketing Syariah

Di Indonesia sudah ada yang secara terang-terangan menyatakan bahwa MLM tersebut sesuai syariat dan mendapatkan sertifikasi halal dari Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). Untuk MLM yang berdasarkan prinsip syariah ini, masih diperlukan akuntabilitas dari MUI. Bisnis yang dijalankan dengan sistem MLM tidak hanya sekedar menjalankan penjualan produk, tetapi juga jasa, yaitu jasa *marketing* bertingkat (level) dengan imbalan berupa *marketing fee* (bonus), hadiah dan sebagainya. Tergantung *marketing*

³⁰ Fatwa DSN- MUI, *Penjualan Langsung ...*, 2009.

tersebut dapat diklasifikasikan sebagai perantara antara produsen dan konsumen.³¹

Terdapat 2 aspek untuk menilai bisnis MLM syariah atau tidak meliputi:

a. Produk atau jasa yang dijual

Dari aspek produk yang dijual, dalam hal ini objek dari MLM harus merupakan produk-produk yang halal dan jelas bukan produk yang dilarang oleh agama. Selain halal objek yang dijual juga harus bermanfaat dan dapat diserahkan serta mempunyai harga yang jelas. Oleh karena itu, walaupun MLM dikelola atau memiliki jaringan distribusi yang dijalankan oleh orang muslim namun apabila objeknya tidak jelas bentuk, harga dan manfaatnya maka hal itu bisa dikatakan tidak sah.

Seorang Muslim sebaiknya menghindari menjalankan perusahaan yang memusuhi Islam baik secara langsung ataupun tidak langsung. Bukan tidak mungkin ternyata perusahaan induknya malah menjadi donatur musuh Islam dan keuntungan bisnis digunakan untuk membunuh saudara kita perlahan di bumi lainnya. Pada dasarnya kita boleh bermuamalah dengan non muslim, selama mereka mau bekerjasama yang menguntungkan dan juga tidak memerangi umat Islam. Tetapi memasarkan produk

³¹ <http://sc.syekhnurjati.ac.id> diakses pada 4 Juni 2022 pk1 18.30 WIB, hlm. 22.

musuh Islam saat ini sama saja dengan berinfak kepada musuh kita untuk membeli peluru dan merobek jantung umat Islam.³²

b. Sistem dari MLM itu sendiri

Adapun dari sudut sistem MLM itu sendiri, pada dasarnya MLM yang berbasis syariah tidak jauh berbeda dengan MLM konvensional, namun yang membedakan adalah bahwa bentuk usaha atau jasa yang menjalankan usahanya harus memenuhi hal-hal sebagai berikut:

- 1) Sistem distribusi pendapatan, haruslah dilakukan secara profesional dan seimbang. Dengan kata lain tidak terjadi eksploitasi antar sesama. Hindari jenis sistem kompensasi yang menjanjikan kekayaan dalam waktu singkat tanpa aktivitas yang berarti, kompensasi yang bertumpu pada aktivitas merekrut yang mengabaikan aktivitas penjualan produk dan skema piramid yakni siapa yang lebih awal bergabung mendapat presentase keuntungan yang lebih dibanding member baru yang bergabung. Kompensasi/insentif yang diberikan harus memperhatikan dua kriteria, yaitu:
 - a) Prestasi penjualan produk;
 - b) Banyaknya downline yang dibina sehingga ikut mensukseskan kinerjanya.³³

³² <http://sc.syekhnujati.ac.id> ..., hlm. 22.

³³ <http://sc.syekhnujati.ac.id> ..., hlm. 22.

- 2) Apresiasi distributor, haruslah apresiasi sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, misalnya tidak melakukan pemaksaan, tidak berdusta, jujur dan tidak merugikan pihak lain serta memiliki komitmen jiwa yang bagus. Mengingat dasar utama aktivitas bisnis MLM adalah *marketing* atau pemasaran maka penawaran produk atau promosi adalah inti dari aktivitas bisnis tersebut. Metode promosi yang baik adalah yang memenuhi unsur-unsur ta'aruf, silaturahmi, dakwah dan tarbiyah. Karena hal yang paling rawan dalam pemasaran gaya MLM adalah batasan tipis antara kejujuran dan kebohongan. Biasanya orang-orang yang diprospek akan dijejali dengan beragam mimpi untuk menjadi miliuner dalam waktu singkat.
- 3) Penetapan harga, walaupun keuntungan (komisi dan bonus) yang akan diberikan kepada para anggota berasal dari keuntungan penjualan barang, bukan berarti harga barang yang dipasarkan harus tinggi. Hendaknya semakin besar jumlah anggota distributor maka tingkat harga makin menurun yang pada akhirnya kaum muslimin dapat merasakan sistem pemasaran tersebut.
- 4) Jenis produk yang ditawarkan haruslah produk yang benar-benar terjamin kehalalan dan kesuciannya sehingga kaum muslimin merasa aman untuk menggunakan/mengonsumsi produk yang dipasarkan.

- 5) Memiliki IUPB (Izin Usaha Penjualan Berjenjang), adapun lebih dari 150 perusahaan MLM di Indonesia, namun tidak semuanya memiliki IUPB yang dikeluarkan kantor usaha dan pendaftaran perusahaan, departemen perindustrian dan perdagangan. IUPB ialah syarat legalitas perusahaan berjenjang.³⁴
- 6) Legalitas syariah, alangkah baiknya bila seseorang muslim menjalankan MLM yang sudah ada legalitas syariatnya. Yaitu perusahaan MLM yang tidak sekedar mencantumkan label Dewan Syariat. Melainkan fungsi Dewan Syariatnya benar-benar berjalan. Sehingga syariat bukan berhenti pada label tanpa arti, seperti meneliti dahlil hasil kajian syariat lengkap untuk dibandingkan dengan para ulama yang juga ahli dibidangnya.³⁵

³⁴ <http://sc.syekhnurjati.ac.id> ..., hlm. 25.

³⁵ Ibid., hlm. 26.

BAB III

SISTEM MARKETING PADA AGENCY CENTER HNI DI DUSUN

MADE, GABUS, NGRAMPAL, SRAGEN

A. Gambaran Umum HNI

1. Profil HNI (Halal Network International)

HNI sebagai sebuah perusahaan, maka sudah selayaknya dan selazimnya memiliki profil perusahaan secara lengkap dan definitif, seperti nama-nama Dewan Direksi dan Komisaris, team Manajemen secara generals atau spesifik, Dewan Syariah, jumlah Agen dan Cabang, dan seterusnya. HNI secara umum dapat dipahami sebagai sebuah perusahaan yang insya Allah didirikan diatas pondasi semangat ketaqwaan kepada Allah swt, untuk memberikan solusi kepada Ummat Islam dan masyarakat luas pada umumnya, dalam hal penyediaan produk-produk kebutuhan keluarga dengan jaminan Halal 100% dan jaminan kualitas tinggi serta terbaik divarian/jenisnya. HNI juga memiliki semangat yang tinggi dalam pemberdayaan keluarga dan masyarakat, dalam kontribusi membangun kekuatan ekonomi negara dan bangsa, agar menjadi bangsa dan negara yang mandiri, maju, dan memiliki ketahanan ekonomi yang baik bagi masyarakatnya.¹

HNI sebagai solusi bagi berbagai masalah ummat, khususnya di bidang ekonomi dan kesehatan. Namun sesungguhnya tidak hanya

¹ Zulchaidir B. Firly Ramly, *The Master ...*, hlm. 100.

dikedua bidang tersebut, karena HNI adalah sebuah bisnis network marketing syariah, maka HNI juga menjadi bagian dari solusi membangun karakter dan konsep diri yang benar, *interpersonal relationship* (hubungan antar manusia), kemampuan berkomunikasi yang efektif, dan kepemimpinan yang kuat. Sederhananya HNI memberikan *life skill* (keterampilan hidup) yang sangat lengkap, dan merupakan modal dasar bagi siapapun yang ingin meraih kesuksesan hidup dunia dan akhirat, dan ujung dari itu semua adalah membangun peradaban manusia yang madani serta Rabbani.²

PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI), yang kemudian dikenal sebagai Halal Network International (HNI), merupakan salah satu perusahaan bisnis halal *network* di Indonesia yang fokus pada penyediaan produk-produk barang konsumsi (*consumer goods*) yang halal dan berkualitas. Sesuai dengan akta pendirian perusahaan, PT HPAI secara resmi didirikan pada tanggal 19 Maret 2012. HNI merupakan hasil dari perjuangan panjang dengan tujuan untuk menjayakan produk-produk halal berkualitas yang berazaskan Thibbunnabawi; membumikan, memajukan, dan mengaktualisasikan ekonomi Islam di Indonesia melalui *entrepreneurship*, dan juga turut serta dalam memberdayakan dan mengangkat UMKM nasional.³

2. MLM atau Bisnis Network Marketing

² *Ibid.*, hlm. 101.

³ Halal Network International, *Panduan Sukses*, (Jakarta Timur: Perusahaan HNI, 2020), hlm. 12.

a. HNI sebagai Bisnis Network Marketing Syariah

1) Sertifikasi DSN MUI Pusat

HNI sebagai perusahaan Muslim yang komitmen kepada nilai-nilai Syariah Islam, maka tentunya sangat komitmen kepada kehalalan produk dan kehalalan sistem Manajemen Keuangan Bisnisnya. Maka HNI memiliki 2 jaminan kehalalan, yaitu:

- a) Halal Produk, dimana seluruh produk HNI memiliki sertifikasi jaminan Halal dari MUI (Majelis Ulama Indonesia), dan
- b) Halal Sistem, yaitu sistem pembagian komisi dalam *Success Plan* (Sistem atau Rencana Pemasaran) telah mendapatkan kelulusan Sertifikasi dari Dewan Syariah Nasional (DSN), Majelis Ulama Indonesia (MUI) Pusat, sebagai perusahaan sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah Islam.⁴

2) Sertifikasi APLI

Salah satu ciri bahwa bisnis MLM atau Network Marketing menggunakan sistem yang benar adalah perusahaan MLM tersebut terdaftar sebagai anggota dari APLI (Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia). Alhamdulillah, HNI selain

⁴ Zulchaidir B. Firly Ramly, *The Master ...*, hlm. 107.

memiliki sertifikasi dari DSN MUI Pusat, juga memiliki sertifikasi sebagai anggota dari APLI.

Jaminan APLI, bahwa perusahaan MLM atau Network Marketing yang mendapatkan kelulusan sebagai anggota dari APLI, menggunakan sistem bisnis dengan *Marketing Plan* sesuai aturan UU Pemerintah RI, yang adil dan benar. Tidak menggunakan metode bisnis *Money Game* (permainan uang), *member get member (MGM)*, Skim cepat kaya, Piramida Bonus (*Skema Ponze*), *binary*, *trinary*, atau sistem lainnya yang mengandung unsur perjudian, untung-untungan, ketidakjelasan, dan investasi '*bodong*' yang merugikan.⁵

b. Keunggulan HNI secara *Success Plan* dibandingkan dengan MLM/Bisnis Network Marketing lain

HNI memiliki banyak keunggulan dari sisi *Success Plan* atau *Marketing Plan* dibandingkan banyak MLM atau Bisnis Network Marketing lainnya. Keunggulan *Success Plan* HNI karena orientasi HNI yang ingin menjadikan bisnis HNI sebagai bisnis Muslim sesuai Syariah, yang menjadi solusi pemberdayaan potensi kesehatan dan ekonomi keluarga, agar terwujudnya masyarakat yang sehat, cerdas, dan mandiri serta berdaya guna bagi pembangunan bangsa dan negara, serta peradaban manusia.

⁵ Zulchaidir B. Firly Ramly, *The Master ...*, hlm. 107-108.

Keunggulan *Success Plan* HNI dibandingkan dengan banyak *Marketing Plan* dari MLM atau Bisnis Network Marketing lain, adalah sebagai berikut:⁶

- 1) Lebih adil dan sangat menguntungkan sesuai kaidah Syariah Islam,

Setiap yang mendistribusikan/menjual juga mendapatkan keuntungan dan bagi yang menjalankan bisnisnya/sebagai artisnya yang mengenalkan atau syiar produk maka ketika memang mitranya melakukan jual beli dan begitupun dengan mentornya juga mendapatkan keuntungan dari perusahaan. Jadi keuntungan itu semua diberikan kepada mitra-mitra yang loyal dalam berbelanja produk HNI, keuntungan tersebut sesuai dengan persenan masing-masing yaitu mulai dari Agen Biasa sampai Executive Director, dari Stockis Center sampai Business Center itu persenannya berbeda-beda karena sudah diatur oleh perusahaan HNI.

- 2) Biaya pendaftaran atau bergabung yang sangat murah,

Jika ada yang mau bergabung di HNI maka *upline* yang mendaftarkan *downline* barunya akan memberikan pilihan harga registrasi. Ada 3 (tiga) pilihan harga registrasi yaitu Rp 10.000, Rp 20.000, atau Rp 30.000. Pendaftaran Rp 10.000,- digunakan Agen untuk mendaftarkan calon Agen di *AVO*

⁶ Zulchaidir B. Firly Ramly, *The Master ...*, hlm. 108.

(Agent Virtual Office), dimana akan dikenakan biaya registrasi sebesar Rp 10.000,- 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.⁷

Sedangkan dengan harga registrasi Rp 20.000,- maka Rp 10.000,- untuk membeli saldo pendaftaran, Rp 10.000,- untuk kartu ID fisik, diskon harga produk, akses AVO, akses jalur distribusi, *merchant* diskon dan pendampingan serta dapat memasarkan produk kepada non member dengan harga konsumen.

Begitupun untuk harga registrasi Rp 30.000,- maka Rp 10.000,- untuk membeli saldo pendaftaran, Rp 10.000,- untuk kartu ID fisik, Rp 10.000,- untuk brosur panduan dan brosur katalog produk, ditambah mendapatkan diskon produk, akses AVO, akses jalur distribusi, *merchant* diskon dan pendampingan serta dapat memasarkan produk kepada non member dengan harga konsumen.

Bisa dilihat dalam perekrutan Agen baru tidak ada komisi sepeserpun yang diambil oleh *Upline*, biaya yang diberi oleh Agen baru semata-mata untuk registrasi Agen, *reward* yang

⁷ Zulchaidir B. Firly Ramly, *The Master ...*, hlm. 306.

memang seharusnya didapatkan dan untuk memperluas jaringan serta bonus 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.⁸ Sudah jelas juga bahwa HNI memakai sistem PCA (*Pakai, Cerita, Ajak*). Dimana Agen yang memakai sendiri produk, cerita manfaat dan mengajak orang lain untuk hijrah produk. Di Agency Center HNI Made, Gabus, Ngrampal, Sragen juga sudah menerapkan sesuai dengan peraturan perusahaan karena mendaftarkan *downline*-nya tidak melebihi harga pendaftarannya.

- 3) Tidak ada pemaksaan atau kewajiban untuk harus belanja produk,

HNI mengajak untuk membeli sesuai kebutuhan sehingga tidak berlebihan sehingga hal tersebut juga diterapkan pada Agency Center HNI Made, Gabus, Ngrampal, Sragen. Allah Swt menegaskan dalam Al-Qur'an, "*Katakanlah hai Ahli Kitab, janganlah kalian berlebih-lebihan (melampaui batas) dengan cara tidak benar dalam agama kalian...*" (QS. Al-Maidah/3: 77)

⁸ Zulchaidir B. Firly Ramly, *The Master ...*, hlm. 306.

- 4) Tidak ada minimal pembelanjaan pribadi untuk mendapatkan bonus,

Setiap pembelian produk HNI walaupun hanya 1 (satu) produk maka akan tetap mendapatkan bonus, karena bonus tersebut hak yang harus diberikan kepada para Agen HNI yang berbelanja produk HNI. Jika bonus tersebut tidak diberikan, maka perusahaan sama saja menjalankan bisnisnya secara bathil dan tidak jujur.

- 5) Bonus dan Royalti didapatkan sesuai akad *al-Ju'alah* (akad bonus bersyarat sesuai Syariah), yang tanpa paksaan dan tanpa kewajiban,

Dalam bisnis MLM (*Multi Level Marketing*), pemberian bonus atau komisi juga disandarkan pada prinsip *al-Ju'alah* (akad bonus atau komisi bersyarat), ketika syarat target prestasi yang disepakati atau yang ditentukan telah terpenuhi, maka *Ju'alah* yaitu bonus atau komisi bagi member atau distributor MLM/Network Marketing tersebut keluar dan tentunya semua harus memenuhi kaidah keadilan sesuai Syari'ah Islam.⁹

- 6) Tidak ada turun level/pangkat, karena level/pangkat bersifat abadi,

Secara garis besar pangkat di HNI ada tujuh jenjang (diluar LED) yaitu:

⁹ Zulchaidir B. Firly Ramly, *The Master ...*, hlm. 307.

- a) Agen Biasa (AB)
- b) Manager (M)
- c) Senior Manager (SM)
- d) Executive Manager (EM)
- e) Director (D)
- f) Senior Director (SD)
- g) Executive Director (ED)

Semakin tinggi pangkat, maka semakin tinggi pula bonusnya. Pada tujuh jenjang diatas tidak ada turun level/pangkat. Inilah kebaikan HNI, tidak akan menurunkan pangkat yang sudah dicapai oleh agen-agensya.

- 7) Tidak ada *cut off* jaringan, meskipun mitra (*downline*) melampaui level/pangkat dan prestasi sang mentor (*upline*),¹⁰

Di HNI meskipun mitra (*downline*) melampaui level/pangkat dan prestasi sang mentor (*upline*) tetap pada jaringan sang mentor (*upline*), karena hal tersebut agar tidak mendzolimi *upline*-nya. Ketentuan di HNI juga *upline* tidak boleh menerima *income* dari hasil jerih payah *downline*-nya, pembagian bonus juga harus mencerminkan usaha masing-masing anggota.

- 8) Harga produk yang murah dengan kualitas produk premium dan berkualitas tinggi, serta kategori produk HNI adalah untuk

¹⁰ Zulchaidir B. Firly Ramly, *The Master ...*, hlm. 308.

kebutuhan sehat sekeluarga sehari-hari, sehingga agen HNI membeli produk dengan dasar utama adalah untuk pemenuhan kebutuhan harian keluarga (pindah belanja harian ke HNI),

Pengenalan produk HNI yang ada di Agency Center HNI Made, Gabus, Ngrampal, Sragen juga dimulai dari hal yang paling mudah yaitu produk yang ada di kamar mandi. Hal tersebut dilakukan karena setiap orang pasti mandi sehingga akan memudahkan orang untuk mengenal produk HNI misalkan dari pasta giginya.

- 9) Seluruh poin 100% terdistribusi menjadi Bonus tanpa pengurangan apapun,

Di HNI tidak ada kedzoliman sehingga tidak ada pengurangan bonus dari hasil pembelian produk HNI baik dari Agen HNI yang menjalankan bisnisnya maupun dari Agen HNI yang hanya memakai produk untuk diri sendiri.

- 10) Budget Promo Marketing untuk hadiah/*reward* bukan diambil dari Poin (hak Agen/Distributor), tetapi diambil dari budget keuntungan perusahaan,¹¹

HNI menerapkan sikap jujur dalam berbisnis. Itu dibuktikan dari tidak adanya pengurangan keuntungan dari poin pembelian para Agen HNI. Sebab, jika perusahaan mengambil poin dari para Agen HNI sama saja memakan harta

¹¹ Zulchaidir B. Firly Ramly, *The Master ...*, hlm. 309.

Agennya secara bathil dan tidak jujur dalam berbisnis. Islam menempatkan kejujuran terutama dalam berbisnis dengan maksud agar pelaku ekonomi dapat menempatkan kebutuhannya secara proporsional (sesuai dengan kebutuhannya).

Bonus dan Royalti agen HNI didasarkan pada penjualan (*based on sale*), bukan didasarkan pada *recruitment*. Sehingga keuntungan Bonus dari HNI berdasarkan transaksi jual beli murni, tidak ada bonus dari perekrutan Agen Baru atau Agenstok Baru, sebab HNI mengharamkan Bonus *Recruitment/Sponsoring*.¹²

3. 10 Keunggulan Bisnis HNI

HNI sebagai sebuah bisnis Network Marketing Syariah, tentunya menawarkan berbagai peluang kesuksesan kepada banyak orang, dan mengajak semua orang khususnya ummat Islam, untuk bergabung dalam bisnis yang sangat potensial ini. Berikut ini adalah uraian tentang apa saja keunggulan dari HNI:¹³

- a. HNI dimiliki oleh 100% MUSLIM yang sangat berkomitmen pada nilai-nilai kemuliaan Islam. HNI didirikan, dibangun, dan dikelola oleh insan Muslim *Professional*, di atas pondasi ketaqwaan dan kerja-kerja yang *Ihsanul 'amal* (amalan terbaik).

¹² Ibid., hlm. 108-109.

¹³ Ibid., hlm. 109-110.

- b. HNI memiliki Dewan Pengawas Syariah, yang senantiasa pro aktif mengawasi, mengevaluasi, dan memberi masukan serta nasihat diminta maupun tidak diminta, untuk menjaga Bisnis Network Marketing Syariah HNI tetap berada dalam koridor Syariah Islam.
- c. HNI hanya menjual produk-produk yang dijamin 100% HALAL, karena semua produk-produk HNI dipegang dan diawasi langsung oleh orang-orang yang memiliki kompetensi, kepahaman, dan komitmen serta integritas yang tinggi dalam menjaga kehalalan produk.
- d. HNI hanya memproduksi, menyediakan, memasarkan, dan mendistribusikan produk-produk yang tidak hanya terjamin Halal, tapi juga berkualitas (*THOYIB*), sesuai kaidah Sunnah Nabi dan memenuhi prinsip-prinsip Syariah Islam.
- e. HNI memiliki SUCCESS PLAN yang ADIL dan MENGUNTUNGGAN sesuai kaidah dan prinsip-prinsip SYARIAH ISLAM.
- f. Bisnis di HNI dapat diwariskan selama Perusahaan masih berdiri, dan berlaku diseluruh dunia, terutama didaerah yang sudah eksis berdiri dan aktif Halal Mart HNI.
- g. HNI adalah Bisnis yang memberikan PELUANG KEUNTUNGGAN atau kesuksesan di DUNIA juga Akhirat, insya Allah.¹⁴

¹⁴ Zulchaidir B. Firly Ramly, *The Master ...*, hlm. 110.

- h. HNI memberikan keterampilan hidup (*life skill*) pada bidang kesehatan *Thibbun Nabawi* dalam aplikasi produk HNI, yang bermanfaat untuk diri sendiri, keluarga, dan masyarakat.
- i. Bisnis di HNI didukung oleh kekuatan integritas Manajemen dalam administrasi, *accounting*, dan *Online System*, sehingga memastikan akuntabilitas dan aksesibilitas bagi setiap Agen dan Leader yang berbisnis di HNI.
- j. Semangat KeIslaman menjadi spirit dan nilai-nilai akhlak serta azas dalam bekerja dan berniaga di Bisnis Network Marketing Syariah HNI.

4. Ide Besar HNI¹⁵

Ide besar (*Big Idea*) adalah landasan paling penting untuk menjadikan bisnis dan produk dari bisnis memiliki nilai unik, yang menjadikan bisnis atau produk dari sebuah bisnis mempunyai nilai yang berbeda, sensasi yang mengesankan, dan jejak perasaan yang kuat pada setiap orang atau *customer* yang menikmati produk/jasa dari bisnis tersebut. HNI memiliki ide besar yang sangat universal, membangun peradaban, dan kaya dengan nilai-nilai luhur. Ide besar HNI adalah:

- a. Mengajak Ummat Islam Dunia, untuk *Hijrah Lifestyle* dengan aplikasinya adalah *Hijrah Products* menggunakan produk-produk

¹⁵ Zulchaidir B. Firly Ramly, *The Master ...*, hlm. 112.

muslim yang lebih dijamin Halal, berbasis Sunnah, dengan harga yang Murah, dengan cara yang Mudah, dimulai dari Rumah, semoga meraih Barokah insya Allah.

- b. Menyediakan, mengkampanyekan, dan menguasai Pasar Besar Produk Halal di Asia dan Dunia, dengan '*amal jama'i*' (kerja sama) dalam *Halal Network Marketing*.

Pemberdayaan Potensi Ekonomi Keluarga Muslim, dengan membuka seluas-luasnya peluang menjadi usahawan bagi siapa saja yang ingin sukses dan ingin merubah hidupnya menjadi lebih baik dan lebih bermanfaat bagi banyak orang, dengan modal semampunya, dengan apapun kemampuan yang ada, dan semua cukup dimulai dan dikerjakan dari RUMAH.¹⁶

5. Hijrah Lifestyle With Hijrah Products

Semangat hijrah menjadi pendekatan utama dan pertama dalam memperkenalkan HNI, dengan arahan aksinya adalah hijrah dari:

- a. Hijrah dari membeli produk yang belum memiliki jaminan Halal, kepada produk yang dijamin Halal (HNI),
- b. Hijrah dari membeli produk yang halal, kepada produk yang lebih dijamin Halal dan milik MUSLIM (HNI),

¹⁶ Ibid., hlm. 110-113.

- c. Hijrah dari membeli produk yang biasa dan umum, kepada produk yang sehat dan berkualitas tinggi, juga terjamin Halal dan milik Muslim,
- d. Hijrah produk menuju Hijrah Gaya Hidup (*lifesyle*), yang Halal, Sehat, dan Islami, juga mandiri secara ekonomi.

Semangat hijrah ini didukung dengan kekuatan produk HNI yang terus berkembang dan semakin lengkap dalam memenuhi kebutuhan sehat keluarga sehari-hari, bahkan semakin meluas ke berbagai aspek lainnya. Jenis varian produk untuk kebutuhan halal lagi sehat harian, bagi keluarga dan masyarakat, diantaranya:

- a. Nutrisi herba sehat; berbagai herba untuk kesehatan atau perawatan.
- b. Food & beverage; kopi sehat, teh herba, dan susu.
- c. Toiletris & Kebersihan; pasta gigi, sabun, shampo, detergent pakaian.
- d. Kosmetik & kecantikan; kosmetik muslimah.
- e. Kesehatan wanita; pembalut & pantyliner.
- f. Produk pertanian & peternakan; produk probiotik untuk tanaman & ternak.
- g. Asuransi Halal.¹⁷

6. Visi, Misi, Motto & Tagline HNI

¹⁷ Ibid., hlm. 113-114.

a. Visi HNI

“Menjadi Referensi Utama Produk Halal Berkualitas”

Tidak hanya HNI bersemangat untuk menjadi referensi utama produk halal dunia, tapi visi besar HNI juga adalah Produk Halal Berkualitas. Ya, tidak hanya sekedar memenuhi syarat kehalalan, tapi juga *Thoyyib (High Quality Premium Products)*. Maka standar baku mutu dan kualitas produk, baik isi maupun *packaging*-nya menjadi perhatian utama atas semua produk yang dikeluarkan oleh HNI.

b. Misi HNI

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

c. Motto HNI

“Referensi Utama Produk Halal Dunia”.¹⁸

HNI berkomitmen sejak awal berdirinya, untuk menjadikan HNI sebagai kepercayaan ummat Islam yang utama dalam upaya menyediakan produk halal. Motto ini tentu menjadi pemicu dan

¹⁸ Halal Network International, *Panduan Sukses*, (Jakarta Timur: Perusahaan HNI, 2020).

motivasi terbesar agar HNI terus meluaskan jangkauan pemasarannya ke seluruh dunia, memperkuat pelayanan terbaiknya, hingga bisa menjadi kepercayaan seluruh Ummat Islam sebagai produsen Produk Halal terbaik di dunia.

d. Tagline HNI

“Halal is My Way”

Tagline *“Halal is My Way”* menjadi spirit sekaligus edukasi dan termasuk di dalamnya sebuah agitasi ajakan kepada seluruh Muslim dunia bahwa Halal adalah jalan hidup kami.

7. LIMA (5) PILAR PASTI HNI

Lima pilar perusahaan, yaitu Produk, Agenstok, Support System, Teknologi, dan Integritas Manajemen (PASTI), telah berhasil terkonstruksi dengan kokoh. Lima pilar ini siap menopang berdirinya bangunan megah, tinggi dan kokoh yaitu HNI.¹⁹

a. Produk

HNI fokus pada kualitas produk yang berlandaskan alamiah, ilmiah, dan ilahiah. Produk HNI yang dijual adalah produk kualitas terbaik. Standar kualitas produk HNI dibuktikan dengan produk-produk yang memiliki kelengkapan perizinan dan sertifikat halal MUI.

¹⁹ Halal Network International, *Panduan Sukses ...*, hlm. 18.

HNI sebagai perusahaan bisnis halal network fokus pada bisnis produk-produk herbal yang terdiri dari produk-produk obat, suplemen, minuman kesehatan, dan kosmetik. Masing-masing jenis produk tersebut memiliki khasiat dan manfaat yang tidak perlu diragukan lagi karena telah dibuktikan langsung oleh agen HNI.

Dalam hal produk, HNI tidak hanya bermaksud *profit oriented* (tujuan perusahaan untuk mencetak laba yang sebesar-besarnya), namun juga memiliki tujuan-tujuan mulia, yaitu:

1) Halal Berkualitas

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

2) Kesehatan

HNI ikut serta meningkatkan kesehatan masyarakat Indonesia dengan produk-produk obat herbal dan suplemen yang berkualitas serta aman dikonsumsi. Produk herbal HNI dapat berfungsi sebagai obat dan suplemen. Produk herbal dapat menjadi perantara kesembuhan pasien dengan obat yang tepat, dan dapat membantu menjaga dan meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat dengan cara konsumsi teratur sesuai dosis.

3) Tepat Guna SDA (Sumber Daya Alam)²⁰

²⁰ Halal Network International, *Panduan Sukses ...*, hlm. 18.

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

4) Ekonomi Nasional

HNI dalam hal produk, ikut serta menyumbang pembangunan ekonomi nasional dengan menggandeng para pengusaha kecil menengah untuk menjadi partner dalam hal produksi herbal berkualitas. Disamping itu, HNI pun membantu meningkatkan sistem produksi, sehingga kualitas setiap produk HNI dapat terpantau langsung.²¹

b. Agenstok

Agenstok HNI merupakan jalur distribusi ritel dari produk-produk HNI. Rangkaian jalur distribusi tersebut secara berurutan dari yang terbesar, yaitu: Business Center (BC), Agency Center (AC), Distribution Center (DC), Stockist Center (SC) yang tersebut hampir diseluruh wilayah Indonesia bahkan dapat dikembangkan ke luar negeri.

c. Support System

Dalam rangka suksesi Marketing Plan, manajemen HNI bersama CELLS (*Cooperation of Executive Loyal Leaders* atau Perhimpunan Kesatuan & Kerjasama Para Leader Setia & Agen

²¹ Ibid., hlm. 18.

HNI) telah berinvestasi membangun sistem yang baku, mudah dan praktis, untuk mendukung dan memudahkan para Agen HNI dalam mengembangkan bisnis halal network HNI, yang disebut sebagai HNI Support System.

HNI Support System adalah metode, konsep, dan cara kerja Agen HNI untuk mencapai kesuksesan bisnis di HNI dalam satu sistem kerja yang terintegrasi.

d. Teknologi

HNI fokus pada teknologi yang mampu mendorong serta meningkatkan kinerja perusahaan dalam hal pelayanan, kemudahan akses informasi, dan transaksi *real-time* untuk membantu Agen stakeholder mencapai kesuksesan dalam berbisnis bersama HNI. HNI membangun beberapa instrumen teknologi yang disebut sebagai HSIS, AVO, dan SMS Center.²²

1) HSIS (HNI Sales Integrated System)

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

2) AVO (Agent Virtual Office)

²² Ibid., hlm. 20.

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

3) SMS Center

SMS Center berfungsi sebagai layanan informasi terpusat yang dapat dijangkau oleh seluruh Agen HNI hingga ke tingkat daerah. SMS Center menjadi komunikasi dua arah antara Customer Care dengan Agen HNI dalam hal pembaruan informasi mengenai program dan promo perusahaan.

e. Integritas Manajemen

HNI terus berusaha meningkatkan profesionalisme dan menumbuhkan kepercayaan masyarakat terhadap produk-produknya dengan memberi pelayanan terbaik, salah satunya melalui karyawan yang bekerja dengan profesionalisme tinggi yang terbentuk dari nilai-nilai moral dan etika yang baik dalam perusahaan.

HNI menyadari bahwa kesatuan dan kekompakan disetiap lini perusahaan yang saling menguatkan adalah penting dan akan mencerminkan wibawa dan potensi yang luar biasa dari sebuah perusahaan.²³

²³ Halal Network International, *Panduan Sukses ...*, hlm. 22.

HNI telah sukses mewujudkan, menerapkan, dan memperlihatkan empat nilai integritas yang dimilikinya, yaitu Kejujuran, Ketulusan, Keadilan dan Kepercayaan.²⁴

1) Kejujuran

HNI mewujudkan sebuah perusahaan yang dalam mengembangkan strategi pemasaran selalu berkata apa adanya, tidak melakukan kebohongan dalam bentuk apapun, serta bersifat terbuka.

2) Ketulusan

HNI menunjukkan tidak adanya keterpaksaan dalam menerapkan suatu tindakan dalam strategi bisnis halal network HNI.

3) Keadilan

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

4) Kepercayaan

Integritas menciptakan suatu kepercayaan bagi orang lain. Kepercayaan yang dimaksud adalah memberikan sesuatu

²⁴ Ibid., hlm. 22.

kepada orang lain untuk dikerjakan sesuai dengan ekspektasi yang dimiliki.

8. PELUANG 5S

Seseorang yang bergabung di Halal Network International (HNI) maka akan memiliki potensi untuk meraih sejuta peluang sukses yang penuh barokah insya Allah, karena perusahaan HNI ini adalah perusahaan Bisnis Network Marketing, maka pastinya akan menawarkan peluang sukses kepada semua orang yang telah bergabung.

Sukses itu adalah meraih apa yang sangat diinginkan oleh jiwa, dan terhindar dari apa yang paling ditakuti oleh jiwa. HNI membentuk para Agen dan Leadernya untuk menggapai kesuksesan yang hakiki, dan melebihi usia kita sendiri insya Allah.

Ada 5 Peluang Sukses HNI, dikenal dengan Peluang Sukses 5S;²⁵

a. Selamat

Bergabung dan aktif di HNI insya Allah kita berharap menjadi bagian dari jalan SELAMAT dunia akhirat, karena membuat kita dapat selamat dari api neraka adalah dengan selalu menggunakan yang HALAL saja, dan hidup di jalan yang HALAL saja, sehingga dengan itu kita berharap semoga Allah swt ridha

²⁵ Zulchaidir B. Firly Ramly, *The Master ...*, hlm. 118.

kepada kita, dan dengan Rahman dan Rahim-Nya berkenan memasukkan kita semua ke dalam Surga-Nya.

Produk dan Sistem Bisnis HNI, terjamin 100% Halal sesuai Syariah Islam, dan yang membuat lebih terjamin juga adalah karena *All of Stake Holder HNI* adalah MUSLIM *Ahlus Sunnah wal Jama'ah* yang insya Allah sangat komitmen dengan Da'wah dan hidup berlandaskan Syariah Islam.²⁶

b. Sehat

Bergabung dan aktif di HNI akan menjadikan seorang Agen dan Leader HNI bersama keluarganya, insya Allah semakin bertambah sehat, karena produk-produk di HNI tidak hanya terjamin HALAL dan Produk MUSLIM, tapi juga THOYIB (*High Quality Premium Product/Produk Premium Berkualitas Tinggi*), sesuai dengan kaidah Sunnah Nabi Muhammad saw (*Thibbun Nabawi*) yang juga disinergikan dengan tradisi Herba Lokal.

“dan makanlah makanan yang halal lagi baik (thayib) dari apa yang telah dirizkikan kepadamu dan bertaqwalah kepada Allah dan kamu beriman kepada-Nya”. (QS.al-Maidah : 88)

c. Smart

Bergabung dan aktif di HNI menjadikan seorang Agen dan Leader HNI bersama keluarganya, semakin bertambah cerdas, bertambah teredukasi, dan tercerahkan atss berbagai pemahaman

²⁶ Zulchaidir B. Firly Ramly, *The Master ...*, hlm. 118-120.

ilmu tentang konsep kesehatan keluarga, keterampilan bisnis, manajemen keuangan, kemampuan komunikasi, kemampuan membangun hubungan antar manusia dan komunitas, karakter kepemimpinan, dan pemahaman atas ajaran Islam khususnya tentang Ekonomi Islam dalam upaya menjadi insan yang penuh manfaat untuk ummat manusia seluruhnya.

“Dan katakanlah, 'Wahai Rabb-ku, tambahkanlah kepadaku ilmu”. (QS.Thaaaha : 114)

d. Sejahtera

Bergabung dan aktif di HNI akan menjadikan seorang Agen dan Leader HNI HPAI bersama keluarganya menjadi keluarga pengusaha muslim, yang insya Allah akan bertambah kaya raya & sejahtera, dan dengan kekayaannya itu digunakan untuk semakin taqwa kepada Allah swt dan semakin berkhidmat untuk memberdayakan Ummat. Meningkatkan potensi zakat dan shodaqoh keluarga muslim, sehingga bisa shodaqoh *ga pake mikir* kapan saja dibutuhkan, dan mendekatkan mereka kepada menyempurnakan rukun Islam yaitu Haji, serta dapat Umrah bersama orang yang dicintai setiap tahunnya.²⁷

e. Saudara

Bergabung dan aktif di HNI akan menjadikan seorang Agen HNI HPAI bersama keluarganya, bertambah saudara dan sahabat,

²⁷ Ibid., hlm 120-121.

semakin produktif dalam menebar kebaikan dan manfaat untuk memberdayakan Ummat.

Sehingga apapun usaha yang kita kerjakan di dunia ini, termasuk aktif dan sukses berbisnis di HNI, adalah untuk memastikan sebanyak mungkin kita bisa membawa ketiga hal tersebut, yaitu:

- 1) Perbanyak shodaqoh jaariyah.
- 2) Perbanyak membagi ilmu bermanfaat.
- 3) Pastikan anak dan keturunan kita seluruhnya sholih bertaqwa dan bermanfaat untuk Ummat (Mushlih).²⁸

B. SISTEM MARKETING PADA AGENCY CENTER HNI DI DUSUN MADE, GABUS, NGRAMPAL, SRAGEN

Pada dasarnya, hukum *Multilevel Marketing* (MLM) ditentukan oleh bentuk muamalatnya. Jika muamalat yang terkandung didalamnya adalah muamalat yang tidak bertentangan dengan syariat Islam, maka absahlah MLM tersebut. Namun jika muamalatnya bertentangan dengan syariat Islam, maka haramlah MLM tersebut.

Ada banyak perusahaan yang memakai sistem transaksi berjenjang dan setiap perusahaan memiliki spesifikasi tersendiri. Pada dasarnya segala bentuk mu'amalah transaksi hukumnya mubah (boleh) sampai ada dalil yang mengharamkannya. Sistem pemberian bonus harus adil, tidak

²⁸ Ibid., hlm. 123-124.

mendzalimi dan tidak hanya menguntungkan orang yang diatas. Bisnis juga harus terbebas dari unsur *MAGHRIB* yaitu *maisir* (judi), *gharar* (penipuan), haram, riba (bunga), dan bathil.

MLM yang menggunakan strategi pemasaran secara bertingkat (levelisasi) mengandung unsur-unsur positif dengan nilai-nilai Islam dan sistemnya disesuaikan dengan syariah Islam. Cara transaksi seperti ini sama seperti metode Rasulullah berdakwah pada awal-awal Islam. Pada saat itu dakwah dilakukan melalui teori dari sahabat satu ke sahabat lainnya sehingga pada suatu ketika Islam dapat diterima oleh masyarakat.²⁹

Halal Network International (HNI) berbisnis dengan sistem *Network Marketing Syariah* (MLM 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 serta membangun tim solid agar jaringan dapat kokoh serta semakin menambah Agen yang ingin hijrah produk.

Berdasarkan hasil wawancara dengan saudara Agus Yulianto sebagai pemilik Agency Center HNI di Dusun Made, Gabus, Ngrampal, Sragen membuka Halalmart Agency Center sejak Juni 2019. Saudara Agus Yulianto bertahan di HNI karena visi dan misinya jelas. Mottonya Halal is My Way sehingga menyebabkan pemilik Agency Center bertahan di HNI.

²⁹ Aulia Ulfah, Analisis Sistem Pembagian Keuntungan Pada PT. Halal Network Internasional Herba Penawar Al-Wahida Indonesia (HNI-HPAI) Dalam Perspektif Akad Samsarah, *Skripsi*: UIN Ar-Raniry Darussalam-Banda Aceh, 2020. hlm. 54.

Dimana HNI juga dipantau oleh 3 Dewan Pengawas Syariah, jadi tidak hanya dapat izinnya saja tetapi memang mendapat pemantauan khusus dari sistemnya, produknya. Jadi memang dipantau kehalalannya serta kethayyibannya.³⁰

Pemilik Agency Center HNI di Dusun Made, Gabus, Ngrampal, Sragen menggunakan beberapa metode marketing yaitu:

a. Google Maps

Hal tersebut dilakukan agar masyarakat mengetahui bahwa di daerah tersebut ada Halalmart ataupun Halalmart terdekatnya.

b. Soft Selling (Sosial Media)

Terutama lewat WhatsApp yaitu WhatsApp Grup ataupun WhatsApp Story.

c. Bercerita langsung ke masyarakat secara personal.

d. Masuk disuatu perkumpulan untuk mensosialisasikan atau mensyiarkan produk HNI.

e. Distribusi barang

Dalam pendistribusian barang itu sendiri mempunyai warung fisiknya yang namanya Halalmart. Untuk halalmart tidak perlu menyediakan tempat yang luas. Jadi bisa mengoptimalkan tempat yang ada. Jadi untuk customer bisa langsung datang ke lokasinya. Selain itu dalam pendistribusian barang ada juga sistem COD yang diterapkan.

Jika dengan sistem COD dan nominal pembelian kurang dari Rp

³⁰ Agus Yulianto, Pemilik Agency Center HNI di Dusun Made, Gabus, Ngrampal, Sragen, Wawancara Pribadi, 23 Juni 2022, jam 13.00 – 14. 00 WIB.

2.000.000,- (Dua Juta Rupiah) maka dikenai ongkos kirim minimal Rp 5.000,- (Lima Ribu Rupiah) karena sudah memiliki staf yang bekerja di Halalmart khususnya di Desa Gabus, Kecamatan Ngrampal, Kabupaten Sragen.³¹

f. Pemesanan barang

Ketika customer mau pesan produk maka bisa juga langsung datang ke Halalmart dengan kata lain langsung beli ditempatnya atau customer bisa menggunakan sistem pre-order terlebih dahulu jika mungkin produknya kosong. Untuk pemesanan pre-order tidak langsung meminta pembayaran dari customer tetapi memberikan kemudahan kepada customer, jika produk sudah ada maka bisa bayar dan ambil barangnya.

Pada dasarnya sistem marketing HNI diseluruh Indonesia itu sama, tetapi di Agency Center HNI di Dusun Made, Gabus, Ngrampal, Sragen ada perbedaan yaitu menggunakan sosial media seperti WhatsApp, instagram sedangkan untuk yang lainnya bahkan sudah menggunakan aplikasi tiktok, facebook dan untuk sistem *offline* yaitu bercerita, memberikan solusi, beriklan langsung secara personal, atau bahkan beriklan langsung ke suatu majelis atau suatu perkumpulan.³²

Saudara Agus Yulianto juga menjelaskan bahwa perbedaan dengan yang lain itu sendiri sistem marketingnya sudah mulai ke internet untuk periklanannya. Sedangkan Halalmart HNI khususnya di Desa Gabus,

³¹ Agus Yulianto, *Wawancara Pribadi*, 2022.

³² Agus Yulianto, *Wawancara Pribadi*, 2022.

Kecamatan Ngrampal, Kabupaten Sragen itu sendiri lebih mengoptimalkan ke offline atau tatap muka secara langsung karena untuk periklanannya lebih diutamakan pendekatan langsung ke masyarakat. Biasanya kalau mau membuka pasarnya atau periklanannya biasanya masuk ke perkumpulan masyarakat ataupun bisa membuat forum di masyarakat yang nantinya diisi dan mengedukasi mengenai produk yang ada di HNI. Dan saat berkomunikasi dengan masyarakat itu sendiri ada masyarakat setelah mengkonsumsi herbal HNI langsung sembuh. Sedangkan keuntungan bisnisnya, masyarakat jika berbelanja produk terutama jika sudah mempunyai No. ID atau tanda sudah gabung di HNI maka akan mendapatkan diskon dan juga cashback dari hasil pembelian produk tersebut. Selain itu ada forum diskusi ataupun konsultasi gratis jika masyarakat mau gabung di HNI.³³

Sebenarnya dalam sistem marketing terutama di Agency Center HNI Desa Gabus, Kecamatan Ngrampal, Kabupaten Sragen juga sudah menggunakan media sosial namun belum optimal karena masih belum membuat sosial media khusus yang di manajemen oleh Halalmart itu sendiri, jadi masih pakai sosial media pribadi dengan istilah lain masih umum. Tapi sebenarnya untuk target juga diharapkan bisa sampai sosial media yang memang lebih optimal. Kemudian dalam pendistribusian barangnya ada yang berbeda sistemnya yaitu dalam artian ada beberapa tempat yang bisa gratis ongkir dalam pengiriman barang ataupun COD an

³³ Agus Yulianto, *Wawancara Pribadi*, 2022.

ada yang sampai belanja Rp 5.000.000,- (Lima Juta Rupiah) baru dapat gratis ongkir. Sedangkan di Halalmart khususnya di Desa Gabus, Kecamatan Ngrampal, Kabupaten Sragen jika belanja minimal Rp 2.000.000,- nantinya sudah dapat gratis ongkir. Jika kurang dari Rp 2.000.000,- (Dua Juta Rupiah) dikenakan biaya ongkos kirimnya. Namun jika berbelanja dibawah Rp 2.000.000,- (Dua Juta Rupiah) nantinya dihitung per Kecamatan, jadi jika Kecamatannya lebih jauh nanti untuk ongkos kirim bisa lebih dari Rp 5.000,- (Lima Ribu Rupiah). Namun biasanya customer diedukasi biar bisa beli dengan ongkos kirim gratis. Untuk pengenaan biaya ongkir itu sendiri merupakan konsekuensi karena jika tidak merasa dirugikan soal itu maka bisa datang langsung ke Halalmart. Jadi jika bicara soal bisnis maka itu merupakan salah satu strategi dalam berbisnis, dan itu sudah menjadi prosedurnya. Sebelumnya memang tidak dikenai biaya ongkir namun semenjak ada staf khusus maka dalam pengiriman barang dikenai ongkir.³⁴

Berdasarkan hasil penelitian dengan saudara Agus Yulianto bahwa akad yang digunakan pada Agency Center HNI di Dusun Made, Gabus, Ngrampal, Sragen. Pertama, menerapkan akad murabahah, dimana penjual dan pembeli sudah saling paham harganya. Jadi misalkan ada agen biasa atau konsumen yang mau berbelanja langsung disampaikan harga dan keuntungannya, jadi transparansi. Kedua, menerapkan akad salam,

³⁴ Agus Yulianto, *Wawancara Pribadi*, 2022.

diterapkan ketika ada produk-produk yang perlu pre-order atau perlu memesan terlebih dahulu.

Menurut saudara Agus Yulianto, tanggapan masyarakat dengan adanya Agency Center HNI yaitu respon masyarakat alhamdulillah positif, banyak masyarakat yang termudahkan untuk mendapatkan produk-produk HNI karena sebelumnya perlu waktu kurang lebih 15 menit baru mendapatkan produk HNI, dan sekarang sudah lebih dekat lagi. Keuntungan yang didapat jika masyarakat membeli produk HNI yaitu *pertama* poin selamat, maksudnya selamat dari produk-produk yang tidak halal ataupun tidak thayyib karena bahwasannya di HNI dipantau, dibersamai oleh 3 Dewan Pengawas Syariah yang kompeten pada sektor tersebut, baik dari sistemnya maupun produknya. *Kedua* poin sehat, maksudnya produk-produk di HNI halal dan thayyib, jadi ketika masyarakat konsumsi produk-produk HNI harapannya dan memang tujuannya produk itu dibuat supaya yang mengonsumsinya itu semakin sehat dan bukannya semakin sakit.³⁵

Berdasarkan paparan saudara Agus Yulianto (pemilik Agency Center HNI) bahwa Agency Center itu tingkat tertinggi sebelum Bussiness Center. Bonus atau keuntungan yang diperoleh oleh Agency Center terbagi menjadi 3 kategori, yaitu:

³⁵ Agus Yulianto, *Wawancara Pribadi*, 2022.

- a. Jika Agency Center mendapatkan hak/bonus/penghasilan sebesar 3% dari poin penjualan produk jika produk tersebut dibeli oleh Halalmart dengan status Distributor Center.
- b. Jika Agency Center menjual produk kepada Halalmart dengan status Stokis Center maka dari Halalmart Agency Center mendapatkan keuntungan 11% dari poin penjualan produknya.
- c. Jika Agency Center menjual kepada Agen Biasa yang tidak mempunyai Halalmart atau hanya pemakai saja, maka Agency Center mendapatkan bonus sebesar 16% dari penjualan produknya.³⁶

Berdasarkan hasil wawancara dengan Dr. Oni Sahroni, MA. selaku Dewan Pengawas Syariah HNI, bahwa HNI itu termasuk MLM (Multi Level Marketing) Syariah. Beliau juga menjelaskan bahwa perbedaan HNI dengan yang lain yaitu HNI bersertifikat syariah DSN (Dewan Syariah Nasional) dan LPPOM MUI (Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika – Majelis Ulama Indonesia), secara sistem dibuat untuk tidak ada *money game* (bisnis penggandaan uang melalui sistem piramida uang), ada barang riil yang diperjual belikan. Akad pada sistem marketing HNI yaitu jual produk HNI dengan skema jual beli (bai'), perusahaan memberi bonus bagi yang tutup poin dengan skema ju'alah.³⁷ Sedangkan pendapat KH. Dr. Mawardi M. Saleh, MA. juga selaku Dewan Pengawas Syariah HNI bahwa dalam penentuan sistem marketing HNI menggunakan

³⁶ Agus Yulianto, *Wawancara Pribadi*, 2022.

³⁷ Oni Sahroni, Dewan Pengawas Syariah HNI, *Wawancara Pribadi*, 22 Maret 2022, jam 08.00 – 09.00 WIB.

rujukan Fatwa DSN/MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).³⁸

Menurut saudari Nonik Yogi Afiana selaku Agen HNI yang membeli produk HNI di Agency Center HNI Dusun Made, Gabus, Ngrampal, Sragen bahwa beliau mulai berbelanja di Agency Center tersebut sejak 21 April 2021. Beliau merasa puas berbelanja disana karena selalu diinputkan belanjanya dan selalu disuruh mengecek kembali barangkali ada yang belum diinput atau ada kesalahan saat penginputan belanjaan produk HNI. Di Agency Center HNI tersebut alhamdulillah selalu menginputkan setiap pembelian produk para agen HNI. Pendapat dari saudari Nonik Yogi Afiana, jika beliau belanja ke Agency Center HNI tersebut kemudian diinputkan ke uplinenya yang status keagenannya lebih tinggi dari beliau itu tidak masalah karena tidak ada yang dirugikan, ketika beliau belanja juga ada hak poinnya yang juga diinputkan oleh upline beliau, jikapun tidak ada yang dirugikan maka itu tidak menjadi masalah. Beliau ketika berbelanja produk HNI di Agency Center tersebut tidak mendapatkan keuntungan, tetapi yang mendapatkan keuntungan adalah halalmart Agency Center tersebut, kecuali memang posisi keagenan saudari Nonik Yogi Afiana itu Distributor Center dan ada yang beli ke saudari Nonik Yogi Afiana maka saudari Nonik Yogi Afiana mendapatkan keuntungan.³⁹ Keuntungan tersebut didapatkan ketika ada yang beli ke

³⁸ Mawardi M. Saleh, Dewan Pengawas Syariah HNI, *Wawancara Pribadi*, 20 Maret 2022, jam 15.30 – 16.00 WIB.

³⁹ Nonik Yogi Afiana, Agen HNI yang berbelanja di Agency Center HNI di Dusun Made, Gabus, Ngrampal, Sragen, *Wawancara Pribadi*, 12 Agustus 2022, jam 13.00 – 14.00 WIB.

halalmart saudari Nonik Yogi Afiana itu statusnya mitra beliau atau bukan, jika yang membeli itu bukan dari mitranya maka saudari Nonik Yogi Afiana mendapatkan keuntungan dari halalmart beliau sebanyak 11%, dan jika yang membeli itu dari mitra saudari Nonik Yogi Afiana maka mendapatkan 2 (dua) keuntungan yaitu keuntungan dari halalmart dan keuntungan pasar (dari mitranya), maka ketika mitra saudari Nonik Yogi Afiana tersebut berbelanja juga mendapatkan keuntungan dan saudari Nonik Yogi Afiana pun juga mendapatkan keuntungan dari perusahaan.⁴⁰

Saudari Nonik Yogi Afiana sejauh ini sudah mengetahui sistem marketing yang ada di Agency Center HNI Dusun Made, Gabus, Ngrampal, Sragen bahwa sistem marketing yang ada di HNI memang sistemnya Multi Level Marketing, akan tetapi di HNI termasuk ke dalam Multi Level Marketing Syariah, karena HNI tidak ada penipuan, tidak ada yang dirugikan, dan sistemnya tidak money game atau piramid, jadi sistemnya sangat jelas karena setiap yang membeli produk HNI mendapatkan upah atau poin dari perusahaan karena sudah ikut andil dalam pemakaian produk HNI/hijrah produk muslim. Setiap yang mendistribusikan/menjual juga mendapatkan keuntungan dan bagi yang menjalankan bisnisnya/sebagai artisnya yang mengenalkan atau syiar produk maka ketika memang mitranya melakukan jual beli dan begitupun dengan mentornya juga mendapatkan keuntungan dari perusahaan. Jadi keuntungan itu semua diberikan kepada mitra-mitra yang loyal dalam

⁴⁰ Nonik Yogi Afiana, *Wawancara Pribadi*, 2022.

berbelanja produk HNI, keuntungan tersebut sesuai dengan persenan masing-masing yaitu mulai dari Agen Biasa sampai *Executive Director*, dari *Stockis Center* sampai *Business Center* itu persennanya berbeda-beda karena sudah diatur oleh perusahaan HNI.

Pendapat saudari Nonik Yogi Afiana terkait akad yang ada di Agency Center HNI di Dusun Made, Gabus, Ngrampal, Sragen itu sudah sesuai dengan perusahaan HNI karena memang semua sudah tersistem jadi tinggal menjalankan sistemnya, maka kita tidak boleh membuat sistem sendiri. Jadi ketika ada yang membeli produk HNI itu diinputkan, mitra-mitranya mendapatkan pembinaan baik online maupun offline.⁴¹

⁴¹ Nonik Yogi Afiana, *Wawancara Pribadi*, 2022.

BAB IV

**ANALISIS AKAD PADA SISTEM MARKETING HNI PERSPEKTIF
FIQH MUAMALAH DI AGENCY CENTER HNI DI DUSUN MADE,
GABUS, NGRAMPAL, SRAGEN**

**A. Analisis Sistem Marketing Pada Agency Center HNI Di Dusun Made,
Gabus, Ngrampal, Sragen**

Ibnu al-Qayyim melansir pendapat jumhur ulama bahwa jual beli diisyaratkan sebagai kegiatan yang dibolehkan sesuai dengan syari'at Islam, "*Hukum asal dalam muamalah adalah boleh sampai ada dalil yang melarangnya*".¹ Pada sistem marketing HNI di Agency Center HNI Made, Gabus, Ngrampal, Sragen merupakan kegiatan yang dibolehkan syariat Islam dengan mengikuti ketentuan perusahaan sebagai berikut:

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

Dalam hal PAKAI di HNI yang berarti pakai produk secukupnya sesuai kebutuhan. Di HNI tidak pernah menyuruh orang belanja banyak, kecuali yang bersangkutan mau menjadi AgenStok (Halalmart). Sebab kunci sukses di HNI bukan dari belanja banyak, tapi memiliki *network* (jaringan) yang besar dan meluas serta terus bertambah, dan mereka semua belanja secukupnya sesuai kebutuhan,

¹ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*. Jakarta : Prenada Media, 2012.

meski belanja sedikit secukupnya tapi kali sering, kali banyak (orang), kali rutin, kali turun-temurun.²

Sedangkan maksud CERITA di HNI yaitu cerita sebanyak-banyaknya kepada siapa saja. Konsep dasar *prospecting* dan *recruiting* yang dibangun di HNI adalah pola cerita pengalaman pemakaian produk sekeluarga, dan berbagi cerita tentang pengalaman aktivitas bersama HNI dalam banyak sisi yang dirasakan bermanfaat. Pola konsep bisnis di HNI bukan pada jualan, tapi dasarnya adalah pengalaman dari pemakaian pribadi. Pengalaman orang lain mendapatkan manfaat dari menggunakan produk HNI, juga bisa menjadi tambahan bahan cerita dalam hal *prospecting*.

Setelah menjalani tahapan PAKAI, lalu CERITA, jangan lupa bagian terpenting dari pola *prospecting* adalah AJAK. Jika tidak ada kalimat ajakan dalam dialog interaktif maka itu belum masuk dalam tahapan ajak. Proses Ajak juga harus ditunjukkan dengan sikap yang terbaik yaitu senyum, wajah yang bersahabat, mata yang berbinar-binar, intonasi suara yang jelas dan bersemangat, percaya diri yang kuat, serta diiringi oleh do'a kepada Allah agar diberikan yang terbaik.³

Di Agency Center HNI Made, Gabus, Ngrampal, Sragen juga menerapkan PCA (Pakai, Cerita, Ajak) agar masyarakat mengetahui adanya produk HNI, Sehingga masyarakat akan lebih termudahkan

²Zulchaidir B. Firly Ramly, *The Master ...*, hlm. 194.

³ Ibid., hlm 195-197.

untuk mendapatkan produk HNI. PCA dilakukan secara online maupun offline, namun di Agency Center tersebut lebih mengoptimalkan secara offline terlebih dahulu karena dimulai dari orang yang terdekat atau disekitar Halalmart Agency Center HNI yang ada di Made, Gabus, Ngrampal, Sragen.

2. Pemasaran Produk HNI Secara Online dan Offline pada Agency Center Made, Gabus, Ngrampal, Sragen

Pemasaran produk pada Agency Center HNI Made, Gabus, Ngrampal, Sragen yaitu dengan pemesanan via media sosial dan juga dapat langsung ke Halalmart Agency Center HNI. Dalam pendistribusian barang itu sendiri mempunyai warung fisiknya yang namanya Halalmart. Untuk halalmart tidak perlu menyediakan tempat yang luas. Jadi bisa mengoptimalkan tempat yang ada. Jadi untuk customer bisa langsung datang ke lokasinya. Selain itu dalam pendistribusian barang ada juga sistem COD yang diterapkan.

Dalam pemasaran ada beberapa rukun jual beli yang harus dipenuhi agar sesuai dengan syariah yaitu:⁴

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

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

⁴ Shobirin, Jual Beli Dalam Pandangan Islam, *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, Vol. 3, No. 2, 2015.

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

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

- c. Adanya ijab dan qabul

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 ijab dan qabul.⁵

Mengenai pemasaran produk HNI dapat diketahui bahwa HNI memakai sistem *Multi Level Marketing* yang berarti member atau agen menjadi titik tumpu dalam penjualan produk, sehingga melalui 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, menjual produk pun tidak hanya kepada *downline*-nya. Agen tersebut dapat membeli dan menjual produk HNI dari jaringan mana saja karena HNI memiliki konsep kebebasan.

Meski memiliki konsep kebebasan, dalam hal ini bukan berarti agen HNI bebas dalam pemasaran produk HNI tanpa memperhatikan Syariah Islam, sehingga HNI mengeluarkan buku keagenan yang

⁵ Shobirin, Jual Beli ..., *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 2015.

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 (*Kuliah Herba Thibbunnabawi*) yang memberi pengetahuan mengenai obat-obat herbal pengobatan. Sehingga tidak hanya mendapatkan keuntungan dan manfaat produk tetapi juga mendapatkan keberkahan dalam penjualan.⁶

Di Agency Center HNI Made, Gabus, Ngrampal, Sragen dalam pemasarannya sudah sesuai dengan rukun jual beli karena adanya orang yang bertransaksi, adanya transaksi dan objek yang diperjualbelikan, adanya ijab dan qabul. Setelah jual beli dilakukan secara sah, barang yang dijual menjadi milik pembeli sedangkan uang atau alat tukar yang dibayarkan atau diberi oleh pembeli sebagai pengganti harga atau nilai barang yang setara dan telah disepakati bersama menjadi milik penjual. Dengan kata lain, jual beli merupakan proses penyerahan dan penerimaan dalam transaksi barang atau jasa dari penjual kepada pembeli. Islam mensyaratkan adanya saling rela (saling ridha) antara kedua belah pihak yang bertransaksi.

3. Membina dan Membuat Agen Istiqomah di HNI

Setelah perekrutan agen baru maka akan dibina oleh *upline* atau mentor dijangingannya. *Home Sharing* adalah pembinaan dasar yang dilakukan secara rutin, tidak adanya pembinaan akan membuat agen

⁶ Zulchaidir B. Firly Ramly, *The Master ...*, 2017.

kebingungan dalam menjalankan bisnis dan tidak tahu hal dasar apa yang harus dilakukan. dalam pembinaan ini kita akan dituntut untuk menambah relasi demi meluaskan jaringan keagenan. Akan tetapi semakin banyak relasi semakin terbuka lebar pintu rezeki kita aamiin. Di Agency Center HNI Made, Gabus, Ngrampal, Sragen melakukan pembinaan baik online maupun offline, hal tersebut juga diharapkan agar agen yang belum mengetahui sistem yang ada di HNI menjadi paham, dan juga semakin istiqomah di HNI.

4. Pendistribusian Produk di Agency Center HNI Made, Gabus, Ngrampal, Sragen

Produk yang telah diproduksi akan didistribusikan oleh perusahaan yang merupakan produsen atas produk-produk kepada agen diseluruh wilayah Indonesia. Ada 4 (empat) tingkatan Halalmart di HNI yaitu BC (*Bussiness Center*), AC (*Agency Center*), DC (*Distribution Center*) dan SC (*Stokis Center*) yang akan memudahkan agen untuk mendapatkan produk HNI.⁷

Pada hal ini Agency Center HNI Made, Gabus, Ngrampal, Sragen menghendaki kemudahan bagi semua Agennya, agar tidak kesulitan dalam mencari Halalmart terdekat. Sehingga HNI memberi kemudahan agar agen tidak akan melakukan kecurangan pemberian harga saat penjualan produk karena sulitnya untuk mendapatkan produk.

5. Penetapan Harga Produk ke Agen dan Konsumen

⁷ Zulchaidir B. Firly Ramly, *The Master ...*, 2017.

Harga yang ditetapkan HNI ada dua macam yaitu harga Agen dan harga Konsumen. Harga Agen diberikan kepada sesama Agen HNI yang membeli produk, sedangkan harga Konsumen diberikan kepada konsumen non member atau yang belum mendaftar HNI. Selisih harga ke sesama Agen dengan Konsumen non member cukup berbeda. Contoh perbedaan harga pada Minyak Herba Sinergi, untuk Agen ditetapkan harga Rp 30.000,- sedangkan untuk konsumen non member Rp 45.000,- sehingga selisih harganya Rp 15.000,-. Contoh lainnya produk Kopi 7 Elemen yang kecil, untuk Agen ditetapkan harga Rp 50.000,- sedangkan untuk konsumen non member Rp 60.000,- sehingga selisih harganya Rp 10.000,-. Di Agency Center Made, Gabus, Ngrampal, Sragen sudah melakukan penjualan sesuai dengan peraturan yang ada di perusahaan HNI sehingga tidak membuat harga sendiri.

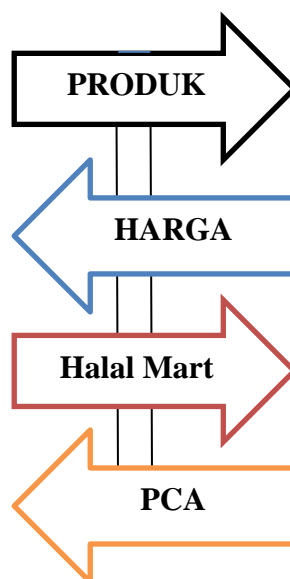
6. Pemberian Bonus kepada Agen

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. Hal ini selaras dengan Akad *al-ju'alah* sebagai salah satu landasan akad dalam jual beli berjenjang/MLM Syariah.⁸ Akad *al-ju'alah* yaitu diberikannya sesuatu tertentu kepada pihak lain dimana

⁸ Zulchaidir B. Firly Ramly, *The Master ...*, 2017.

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 oleh perusahaan.⁹

Gambar : Proses Marketing



Keterangan:

Produk : Produk HNI dari perusahaan

Harga : Harga produk HNI sudah ditentukan dari perusahaan

Halal Mart : Toko yang menyediakan produk HNI

PCA : Pakai, Cerita, Ajak untuk mempromosikan produk HNI

Produk HNI disediakan oleh perusahaan dan juga harga sudah ditentukan oleh perusahaan sehingga para agen HNI tidak bisa mengambil keuntungan sendiri karena keuntungan sudah ditetapkan oleh perusahaan. Sedangkan untuk yang sudah mempunyai toko HNI maka akan lebih

⁹ Ibid., hlm. 241.

memudahkan masyarakat dalam memperoleh produk HNI. Produk HNI dikenalkan kepada masyarakat dengan cara pakai, cerita dan ajak yakni agen HNI yang akan memperkenalkan produk HNI biasanya mencoba produk HNI sehingga jika sudah memakai maka akan diceritakan bagaimana produk tersebut bekerja dan kemudian jika sudah tertarik akan diajak untuk bergabung menjadi agen HNI. HNI memperkenalkan produk HNI melalui para agennya.

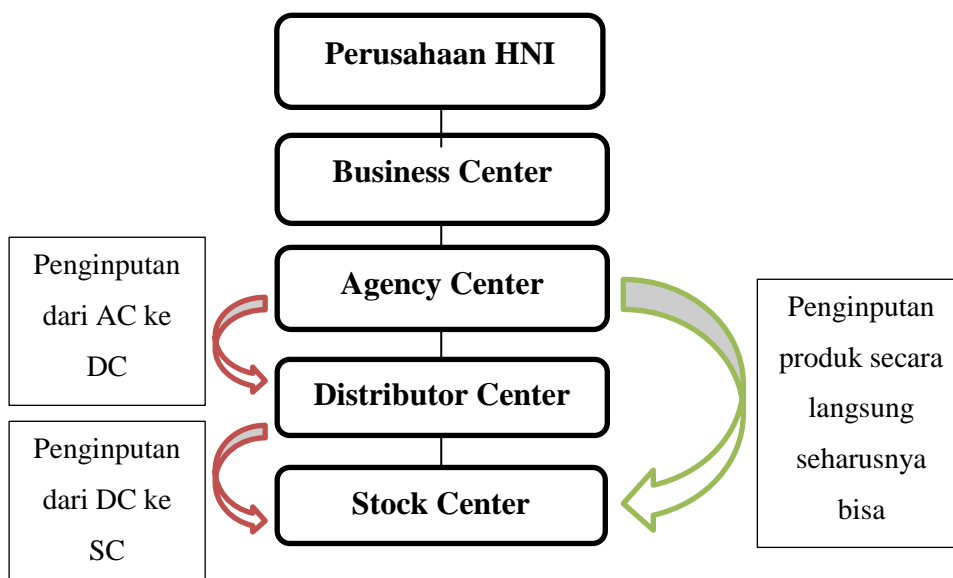
B. Analisis Akad Pada Sistem Marketing HNI Di Agency Center Made, Gabus, Ngrampal, Sragen Perspektif Fiqh Muamalah

Poin produk pada bisnis MLM/Network Marketing khususnya di HNI adalah bertujuan sebagai nilai dasar pembagian keuntungan kepada para Agen, dan ini tidak membuat harga produk menjadi mahal, justru dengan konsep MLM/Network Marketing, harga produk menjadi lebih murah, bahkan lebih menguntungkan. Dalam sebuah poin dari produk yang dibeli oleh seorang Agen di Halalmart HNI terdapat hak yaitu hak Agen yang membeli produk tersebut, hak mentor dan seluruh Leader dari Agen yang membeli produk tersebut, hak di AgenStok tempat Agen tersebut membeli produk, hak rekan-rekan Agen HNI yang *Crossline* (orang-orang yang tidak memiliki hubungan jalur sponsor langsung dengan kita).¹⁰ Jadi, dalam sebuah poin produk yang dibeli terdapat hak banyak orang di dalamnya, wajib dan harus di-input sesuai dengan Nama dan ID HNI dari Agen HNI yang berbelanja tersebut, jangan ditunda,

¹⁰ Zulchaidir B. Firly Ramly, *The Master ...*, 2017.

jangan tidak di-input, jangan di-input berbeda atau dikurangi haknya, sebab itu amanah. Poin yang diinput akan menjadi Bonus Uang.¹¹

Gambar : Proses Penginputan produk



Penjelasan dari gambar diatas bahwa pemilik *Stock Center* yang belanja secara langsung ke *Agency Center* tetapi penginputan produk diinputkan dulu ke *Distributor Center* (upline pemilik *Stock Center*) tanpa sepengetahuan *Stock Center*, kemudian *Distributor Center* menginputkan produk HNI ke *Stock Center*. Dalam hal ini seharusnya penginputan produk HNI bisa dilakukan secara langsung oleh *Agency Center* ke *Stock Center*.

Berdasarkan hasil penelitian, bahwa berdasarkan akad dalam sistem marketing HNI perspektif fiqh muamalah antara perusahaan HNI dengan *Agency Center* HNI Made, Gabus, Ngrampal, Sragen menggunakan akad *ju'alah* dan akad *wakalah bil ujah*. Akad *ju'alah*

¹¹ Zulchaidir B. Firly Ramly, *The Master ...*, 2017.

artinya janji atau komitmen untuk memberikan imbalan atau reward tertentu atas pencapaian hasil yang ditentukan dari suatu pekerjaan. Menurut jumbuh ulama rukun dan syarat *ju'alah* adalah sebagai berikut:¹²

1. *Ja'il* (orang yang memberi upah)
2. *'Amil* (orang yang melakukan akad)
3. Upah atau hadiah (*reward*)
4. *Sighah*

Rukun dan syarat *ju'alah* terhadap perolehan bonus pada operasional HNI di Agency Center HNI Made, Gabus, Ngrampal, Sragen yang menjadi *ja'il* (orang yang memberi upah) yaitu perusahaan HNI. Orang-orang yang mengelola perusahaan dari pimpinan yang terdiri dari Dewan Syariah, Dewan Komisaris, Dewan Direksi adalah orang yang telah *baligh*, cakap hukum, berakal, dan bijaksana.¹³

'Amil (orang yang melaksanakan akad) harus memiliki kemampuan untuk melakukan pekerjaan. Dalam perusahaan HNI yang membuka Halalmart mulai dari BC (*Bussiness Center*), AC (*Agency Center*), DC (*Distribution Center*) dan SC (*Stokis Center*) adalah orang yang telah mampu untuk melaksanakan pekerjaan. Dalam hal pekerjaan yang dilakukan para Agen HNI yaitu menjual produk-produk HNI dan mengajak orang-orang untuk ikut bergabung menjadi Agen HNI serta memberikan pengarahan agar Agen baru atau *downline* tersebut bisa melakukan penjualan. Sehingga ketika *upline* maupun *downline*

¹² Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, Jakarta: Kencana, 2013, hlm. 315.

¹³ Zulchaidir B. Firly Ramly, *The Master ...*, 2017.

melakukan pembelian di Halalmart HNI akan mendapatkan poin dari masing-masing produk yang dibeli maupun yang akan dijual lagi atau dipakai sendiri.

Upah yang diberikan oleh perusahaan HNI sudah jelas berdasarkan aturan perolehan royalti atau bonus serta poin yang bisa diperoleh ketika melakukan pembelian. 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 HNI mewakili produknya kepada Agen untuk dipromosikan dan dijual, maka HNI memberikan bayaran atas jasa yang dilakukan oleh Agen.

Di Agency Center HNI Made, Gabus, Ngrampal, Sragen terdapat praktik penginputan produk dengan melibatkan *upline* dari Agen HNI yang berbelanja di Agency Center tersebut. Misal Agen HNI berbelanja di Agency Center Made, Gabus, Ngrampal, Sragen maka dalam hal rukun dan syarat jual beli tersebut sudah sah karena ada orang yang bertransaksi, akad jual beli/transaksi,¹⁴ dan juga ada objek transaksi yang mencakup barang dan alat tukar/uang. Namun setelah terpenuhinya akad jual beli tersebut sudah selesai, masih ada kewajiban bagi pemilik Agency Center HNI Made, Gabus, Ngrampal, Sragen untuk menginputkan pembelian Agen HNI tersebut, tetapi dalam hal ini pemilik Agency Center HNI melibatkan *upline* dari Agen HNI yang berbelanja tersebut. Secara fiqh muamalah, hal tersebut diperbolehkan dikarenakan dalam hal penginputan

¹⁴ Zulchaidir B. Firly Ramly, *The Master ...*, 2017.

poin produk tersebut termasuk dalam rangkaian akad *ju'alah*, jadi belum termasuk kedalam akad *ju'alahnya*. Hal tersebut dikarenakan semua transaksinya dengan perusahaan sehingga jika yang menginputkan adalah *upline* dari agen HNI yang berbelanja di Agency Center HNI Made, Gabus, Ngrampal, Sragen walaupun tidak ada kesepakatan antara pemilik Agency Center HNI dengan agen HNI tersebut maka diperbolehkan, karena memang tidak ada yang dirugikan.

Sedangkan dalam hal *sighah*, ketika seseorang telah mendaftar untuk menjadi agen HNI, maka agen tersebut bisa mendapatkan imbalan atau upah dengan perhitungan sesuai aturan yang telah ditetapkan perusahaan HNI dan usahanya dalam melakukan pembelian produk dengan menjual maupun dipakai sendiri serta pembelian yang dilakukan oleh *downline* yang disponsorinya. Berdasarkan rukun dan syarat yang telah dijelaskan di atas, maka praktik akad pada sistem marketing HNI perspektif fiqh muamalah antara perusahaan HNI dengan Agency Center HNI Made, Gabus, Ngrampal, Sragen telah memenuhi rukun dan syarat *ju'alah*.

Selanjutnya, adanya imbalan dari penjualan dan promosi produk menggunakan akad *Wakalah bil Ujrah*. *Wakalah bil Ujrah* adalah akad wakil dimana perusahaan memberikan bayaran atas kerja Agen sebagai pihak yang mewakili promosi dan penjualan produknya.¹⁵ Dalam melaksanakan akad *wakalah bil ujrah*, terdapat rukun dan syarat yang

¹⁵ Imam Mustofa, *Fiqh Muamalah Kontemporer*, Yogyakarta: STAIN Jusi Metro, 2014, hlm. 73-74.

harus dipenuhi. Berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No:10/DSN-MUI/IV/2000 tentang *wakalah* maka akad *wakalah bil ujah* harus memenuhi beberapa rukun yaitu:¹⁶

1. Adanya *Al-Aqidain* (subjek perikatan)
2. *Mahallul'Aqd* (Objek Perikatan)
3. Ijab dan Qabul (*sighat al-Aqd*)

Menurut peneliti, bahwa dalam hal mempromosikan dan menjualkan produk-produk HNI pada operasional HNI di Agency Center Made, Gabus, Ngrampal, Sragen yang menjadi *Al-Aqidain* (subjek perikatan) adalah *Wakil* (yang mewakili yaitu Agency Center Made, Gabus, Ngrampal, Sragen) dan *Muwakil* (yang mewakilkan yaitu perusahaan HNI).

Selanjutnya *Mahallul'Aqd* (objek perikatan), yang menjadi objek perikatan antara perusahaan HNI dengan Agency Center HNI Made, Gabus, Ngrampal, Sragen adalah produk-produk kebutuhan sehari-hari, produk pengobatan herbal, produk kecantikan dan produk fashion. Terutama pemilik Agency Center HNI Made, Gabus, Ngrampal, Sragen tersebut sudah mengetahui masing-masing manfaat dari setiap produk tersebut misalnya produk Minyak Herba Sinergi yang memiliki manfaat dari ujung kepala sampai ujung kaki sehingga bisa dijadikan *P3K* (Pertolongan Pertama Pada Kecelakaan) dirumah.

¹⁶ Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, *Wakalah*, No:10/DSN-MUI/IV/2000, bagian kedua angka 1, hlm. 3.

Sedangkan *Ijab* dan *Qabul*, dilakukan oleh kedua belah pihak yang melakukan akad.¹⁷ Dalam hal ini yang melakukan *Ijab* dan *Qabul* adalah perusahaan HNI dengan Agency Center HNI Made, Gabus, Ngrampal, Sragen. Hal tersebut ditandai dengan penyerahan produk dan ditukar dengan uang sebagai alat tukar sesuai dengan harga produk yang dipilih oleh Agency Center HNI Made, Gabus, Ngrampal, Sragen. Berdasarkan rukun dan syarat yang telah dijelaskan di atas, maka praktik akad pada sistem marketing HNI perspektif fiqh muamalah telah memenuhi rukun dan syarat *wakalah bil ujah*. Sehingga antara perusahaan HNI dengan Agency Center HNI Made, Gabus, Ngrampal, Sragen menjalankan bisnis sesuai dengan ketentuan syariah Islam, bonus yang diberikan perusahaan atas penjualan yang oleh Agency Center HNI tersebut juga sesuai dengan ketentuan perusahaan.

Di Agency Center HNI Made, Gabus, Ngrampal, Sragen dalam penjualan produk-produk HNI kepada Agen HNI atau konsumen menggunakan 2 (akad) yaitu akad *murabahah* dan akad *salam*. Akad *murabahah* adalah jual beli dengan harga jual sama dengan harga pokok pembelian ditambah dengan tingkat keuntungan tertentu yang disepakati oleh kedua belah pihak. Rukun dan syarat yang harus dipenuhi dalam akad *murabahah* adalah:

1. Pihak yang berakad (*Al- 'aqidain*)

¹⁷ Zulchaidir B. Firly Ramly, *The Master ...*, 2017.

Dalam hal ini pihak yang berakad adalah pihak Agency Center HNI Made, Gabus, Ngrampal, Sragen dengan konsumen maupun *downline* yang cakap hukum dan dapat melakukan akad atau transaksi.

2. Objek akad (*Mahallul 'Aqad*)

Yang menjadi objek perikatan adalah produk-produk kebutuhan sehari-hari, produk pengobatan herbal, produk kecantikan dan produk fashion.

3. Tujuan Akad (*Maudhu'ul Aqad*)

Tujuan penerapan akad *murabahah* yaitu berbagi laba atau keuntungan penjualan antara pemilik Agency Center HNI Made, Gabus, Ngrampal, Sragen dengan konsumen/Agen HNI. Dalam hal ini Agency Center HNI Made, Gabus, Ngrampal, Sragen dan Agen HNI akan mendapatkan keuntungan sesuai dengan ketentuan dari perusahaan. Walaupun agen HNI membeli produk hanya 1 (satu) saja maka akan tetap mendapatkan bonus atau cashback dari perusahaan.

4. Akad (*Sighat al-'Aqad*)¹⁸

Sighat al-'Aqad dilakukan oleh kedua belah pihak yang melakukan akad. Dalam hal ini yang melakukan *Ijab* dan *Qabul* adalah pihak Agency Center HNI Made, Gabus, Ngrampal, Sragen dengan konsumen/Agen HNI. Hal tersebut ditandai dengan penyerahan produk dan ditukar dengan uang sebagai alat tukar sesuai dengan harga produk yang dibeli oleh agen HNI atau konsumen.

¹⁸ Imam Mustofa, *Fiqih Muamalah Kontemporer*, Yogyakarta: STAIN Jusi Metro, 2014, hlm. 73-74.

Sementara itu syarat agar akad *murabahah* sah antara lain, penjual harus jujur menginformasikan harga pokok kepada pembeli; dilakukan sesuai rukun dan prinsip Islam; bebas riba; serta adanya transparansi antara penjual dan pembeli. Dalam hal ini penerapan akad *murabahah* di Agency Center HNI Made, Gabus, Ngrampal, Sragen sudah sesuai dengan rukun dan syarat akad *murabahah*, dimana penjual dan pembeli sudah saling paham harganya. Jadi misalkan ada agen HNI atau konsumen yang mau berbelanja langsung disampaikan harga dan keuntungannya, jadi transparansi.

Sedangkan akad *salam* adalah akad atas barang pesanan dengan spesifikasi tertentu yang ditangguhkan penyerahannya pada waktu tertentu dengan pembayaran dilakukan secara tunai di majelis akad. Jumhur ulama berpandangan bahwa rukun akad *salam* ada 3 (tiga), yaitu:¹⁹

1. *Sighat* (Ijab dan Qabul)
2. Pihak yang berakad
3. Barang dan uang pengganti uang barang

Sighat harus menggunakan lafadz yang menunjukkan kata memesan barang, karena *salam* pada dasarnya jual beli dimana barang yang menjadi objeknya belum ada.²⁰ Hanya saja diperbolehkan dengan syarat harus menggunakan kata “memesan” atau *salam*. Qabul juga harus menggunakan kalimat yang menunjukkan kata menerima atau rela terhadap harga. Dalam hal ini penerapan akad *salam* di Agency Center

¹⁹ Imam Mustofa, *Fiqih Muamalah Kontemporer ...*, hlm. 73-74.

²⁰ Imam Mustofa, *Fiqih Muamalah Kontemporer ...*, hlm. 73-74.

HNI Made, Gabus, Ngrampal, Sragen bahwa pembayaran juga dilakukan setelah barang diserahkan kepada pembeli yaitu sesuai kesepakatan. Penerapannya ketika ada produk-produk yang perlu pre-order atau perlu memesan terlebih dahulu.

Selanjutnya *pihak yang berakad*, harus cakap hukum (baligh atau mumayyiz dan berakal) serta dapat melakukan akad atau transaksi. Dalam hal ini pihak yang berakad adalah pihak Agency Center HNI Made, Gabus, Ngrampal, Sragen dengan konsumen maupun *downline* yang cakap hukum dan dapat melakukan akad atau transaksi. Sedangkan *barang dan uang pengganti uang barang*, yang menjadi objek jual beli *salam* adalah barang harus milik penuh si penjual, barang yang bermanfaat, serta dapat diserahkan. Sementara modal harus diketahui, modal atau uang harus diserahkan terlebih dahulu dilokasi akad. Penerapan di Agency Center HNI Made, Gabus, Ngrampal, Sragen kepemilikan barang dimiliki penuh oleh Agency Center HNI tersebut serta setiap produk HNI memiliki manfaatnya masing-masing, dan barang tersebut juga dapat diserahkan.

Biasanya saat melakukan akad *as-salam* tersebut, pihak Agency Center HNI Made, Gabus, Ngrampal, Sragen melakukan kesepakatan dengan konsumen atau agen HNI terkait pembayaran. Jadi, jika barang sudah ada maka pembayaran dilakukan secara kontan sesuai kesepakatan diawal. Pada saat ada konsumen atau agen HNI yang akan memesan produk HNI maka konsumen tersebut biasanya menyebutkan apa yang

dibutuhkannya sehingga dari pihak Agency Center HNI Made, Gabus, Ngrampal, Sragen akan memberikan kriteria yang jelas kepada agen HNI atau konsumen sehingga akan memudahkan dalam memilihnya. Hal tersebut dilakukan ketika akad dilangsungkan sehingga akan ada kejelasan apakah akad tersebut akan dilanjutkan atau tidak. Tempo penyerahan barang pun dilakukan setelah barang itu sudah tersedia (*ready*) maka akan langsung diserahkan dan jangka waktunya kurang lebih 1-2 hari. Terkait ada atau tidaknya barang maka akan diberitahukan oleh pihak Agency Center HNI Made, Gabus, Ngrampal, Sragen diawal.²¹

Praktik akad pada sistem marketing HNI perspektif fiqh muamalah dari Agency Center HNI Made, Gabus, Ngrampal, Sragen kepada agen HNI atau konsumen telah memenuhi rukun dan syarat *as-salam*. Sehingga dalam pemesanan barang juga sangat jelas dan tidak mengada-ada, dan juga kriteria barang pun dijelaskan oleh pihak Agency Center HNI tersebut. Tanggung jawab terhadap barangnya pun sangat terjamin sehingga para konsumen atau agen HNI tidak akan ragu untuk melakukan pemesanan produk.

Berdasarkan hasil analisis peneliti diatas, menurut perspektif fiqh muamalah antara perusahaan HNI dengan Agency Center HNI Made, Gabus, Ngrampal, Sragen dalam akad sistem marketingnya menggunakan akad *Al-Ju'alah* dan akad *Wakalah bil Ujrah*, sedangkan pada Agency Center Made, Gabus, Ngrampal, Sragen dengan agen HNI atau konsumen

²¹ Agus Yulianto, *Wawancara Pribadi*, 2022.

dalam menjual produk-produk HNI menggunakan akad *Murabahah* dan akad *Salam*.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan penjelasan di atas, maka diambil kesimpulan, sebagai berikut:

1. Halal Network International (HNI) berbisnis dengan sistem *Network Marketing Syariah* (MLM Syariah) dalam artian HNI memasarkan produknya melalui jaringan agen yang telah direkrut dengan biaya pendaftaran yang murah, kemudian dibina, melakukan pembelanjaan, mendapatkan bonus dan royalti serta membangun tim solid agar jaringan dapat kokoh serta semakin menambah Agen yang ingin hijrah produk, sehingga melalui 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, menjual produk pun tidak hanya kepada *downline*-nya. Agen tersebut dapat membeli dan menjual produk HNI dari jaringan mana saja karena HNI memiliki konsep kebebasan dan tetap memperhatikan Syariah Islam. Dalam penentuan sistem marketing HNI tersebut menggunakan rujukan Fatwa DSN/MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).

2. Akad pada sistem marketing Halal Network International perspektif fiqh muamalah antara perusahaan HNI dengan Agency Center HNI Dusun Made, Gabus, Ngrampal, Sragen menggunakan akad *wakalah bil ujarah* dan akad *al-ju'alah*. Keuntungan yang didapat secara langsung saat penjualan produk kepada konsumen termasuk akad *wakalah bil ujarah* (pihak yang mewakilkan promosi dan penjualan produk). Tercapai dan terlampauinya target penjualan atas usahanya sendiri, masuk kedalam akad *al-ju'alah* sebagai akad yang diperbolehkan dalam penjualan berjenjang. Di Agency Center HNI Made, Gabus, Ngrampal, Sragen terdapat praktik penginputan produk dengan melibatkan *upline* dari agen HNI yang berbelanja di Agency Center HNI tersebut. Secara fiqh muamalah, hal tersebut diperbolehkan dikarenakan dalam hal penginputan poin produk tersebut termasuk dalam rangkaian akad *ju'alah*, jadi belum termasuk kedalam akad *ju'alahnya*. Hal tersebut dikarenakan semua transaksinya dengan perusahaan sehingga jika yang menginputkan adalah *upline* dari agen HNI pemilik Stock Center yang berbelanja di Agency Center HNI Made, Gabus, Ngrampal, Sragen walaupun tidak ada kesepakatan antara pemilik Agency Center HNI dengan agen HNI pemilik *Stock Center* tersebut maka diperbolehkan, karena memang tidak ada yang dirugikan.

Sedangkan dalam penjualan produk-produk HNI antara Agency Center HNI Dusun Made, Gabus, Ngrampal, Sragen dengan agen HNI

atau konsumen menggunakan akad *murabahah* dan akad *salam*. Pada pelaksanaan akad *murabahah* artinya jual beli dengan harga jual sama dengan harga pokok pembelian ditambah dengan tingkat keuntungan tertentu yang disepakati oleh kedua belah pihak. Dalam hal ini penjual dan pembeli sudah saling paham harganya, sehingga hal tersebut sesuai dengan ketentuan akad *murabahah* pada fiqh muamalah. Sedangkan pada pemberlakuan akad *salam* dalam pemesanan barang juga sangat jelas dan tidak mengada-ada, dan juga kriteria barang pun dijelaskan oleh pihak Agency Center HNI tersebut, tanggung jawab terhadap barangnya pun sangat terjamin sehingga para konsumen atau agen HNI tidak akan ragu untuk melakukan pemesanan produk, sehingga hal tersebut juga sesuai dengan ketentuan akad *salam* pada fiqh muamalah.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan penjelasan di atas, terdapat beberapa saran yang relevan dengan penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

1. Dengan adanya sistem MLM (*Multi Level Marketing*) Syariah diharapkan HNI akan dapat meminimalisir berkembangnya *money game* (permainan uang), *member get member (MGM)*, skim cepat kaya, piramida bonus (*Skema Ponze*), *binary*, *trinary*, atau sistem lainnya yang mengandung unsur perjudian, untung-untungan, ketidakjelasan, dan investasi '*bodong*' yang merugikan.

2. Semoga HNI (*Halal Network International*) dapat bersaing dengan produk lainnya dalam mempertahankan kualitas produk serta kehalalan serta kethayyibannya. Dan jangan mudah menyerah untuk syi'ar produk, serta tetap berjuang dalam memperkenalkan MLM Syariah kepada masyarakat karena masih banyak masyarakat yang belum paham soal MLM Syariah.
3. Bagi perusahaan HNI dan Agency Center HNI Dusun Made, Gabus, Ngrampal, Sragen diharapkan dapat mempertahankan terkait sistem marketing yang sesuai dengan syariat Islam.
4. Pelatihan seperti mengadakan *Home Sharing* secara berkelanjutan akan menambah keyakinan kepada para Agen HNI untuk hijrah produk ke produk HNI dan terus mengajak masyarakat agar ikut bergabung menjadi bagian dari HNI serta bisa istiqomah menggunakan produk HNI.
5. Diharapkan kepada pihak perusahaan dan agen HNI agar selalu memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Az-Zuhaili, Wahbah, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu* Jilid 4, Jakarta: Gema Insani, 2011.
- Basyir, Ahmad Azhar, *Asas-Asas Hukum Muamalat*, Yogyakarta: UII Pres, 1982.
- Boni, Supriyadi Yosuf, *Apa Salah MLM?*, Jakarta Timur: Pustaka Al-Kautsar, 2017.
- Ghazaly, Abdul Rahman, *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Halal Network International, *Panduan Sukses*, Jakarta Timur: Perusahaan HNI, 2020.
- Huda, Qamarul, *Fiqh Muamalah*, Yogyakarta: Teras, 2011.
- Kuswara, *Mengenal MLM Syariah dari Halal Haram, Kiat Berwirausaha, sampai dengan pengelolaannya*, Depok: Qultum Media, 2005.
- Maghniyah, Muhammad Jawad, *Fiqh al-Imam Ja'far ash-Shadiq*, Jakarta: Lentera, 2009.
- Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, Jakarta : Prenada Media, 2012.
- Meleong, Lexy J, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : PT Rosda Karya, 2002.
- Miles dan Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, Jakarta : UI Press, 1992.
- Muslich, Ahmad Wardi, *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Amzah, 2013.
- Mustofa, Imam, *Fiqh Muamalah Kontemporer*, Yogyakarta: STAIN Jusi Metro, 2014.
- Nasution, S, *Metode Research Penelitian Ilmiah*, Jakarta : Bumi Aksara, 2006.
- Ramly, Zulchaidir B. Firly, *The Master Book to be the Best Market Leader Hand Book for Agents of Halal Network International*, Jakarta : CELLS – HNI, 2017.
- Soemitro, Andri, *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah di Lembaga Keuangan dan Bisnis Kontemporer*, Jakarta Timur: Prenadamedia Group. 2019.

Suhendi, *Fikih Muamalah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2007.

Jurnal

Bedong, M Ali Rusdi, *Aqad Dalam Muamalah, E-book*: IAIN Parepare, 2019.

Marimin, Agus, dkk, *Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Dalam Pandangan Islam, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 2016.

Rusdi, Moh, *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting Ud. Berkah Jaya. Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura*, 2019.

Saprida, *Akad Salam Dalam Transaksi Jual Beli, Jurnal Ilmu Syariah*, Vol. 4, No. 1, 2016.

Shobirin, *Jual Beli Dalam Pandangan Islam, Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, Vol. 3, No. 2, 2015.

Wahab, Muhammad Abdul, *Pengantar Fiqih Muamalah, E-book : Lentera Islam*, 2020

Winarno, Hari, *Strategi Pemasaran, Majalah Ilmiah Ekonomika*, 2011.

Skripsi

Azzahra, Fathimah, *Strategi Marketing Public Relations Dalam Membangun Brand Awareness (Studi Deskriptif pada PT. HNI HPAI), Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, 2019.

Muksin, Muhamad, *Sistem Marketing Network PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) Dalam Tinjauan Fatwa DSN MUI NO. 75/DSN MUI/VII/2009 (Studi Pada Pusat Agency (PA) Tulungagung Jl. I Gusti Ngurah Rai Gang II, Bago, Kec. Tulungagung, Kab. Tulungagung), Skripsi: IAIN Tulungagung*, 2017.

Putri, Arinda Widiatika, *Pengaruh Strategi Pemasaran MLM Syariah Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Agency Produk Herba Penawar Alwahida Indonesia Di Kabupaten Ponorogo), Skripsi: IAIN Ponorogo*, 2018.

Soleha, Siti, *Implementasi Marketing Syariah PT. Hiba Mitra Devinda Bengkulu Perspektif Ekonomi Islam, Skripsi: IAIN Bengkulu*, 2017.

Ulfah, Aulia, *Analisis Sistem Pembagian Keuntungan Pada PT. Halal Network Internasional Herba Penawar Al-Wahida Indonesia (HNI-HPAI) Dalam*

Perspektif Akad Samsarah, *Skripsi*: UIN Ar-Raniry Darussalam-Banda Aceh, 2020.

Umami, Risma, Strategi Bisnis Multilevel Marketing Syari'ah Melalui Syi'ar Halal Network (Studi Kasus Pada Halal Network International PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (HNI-HPAI) Business Center Purwokerto), *Skripsi*: IAIN Purwokerto, 2019.

Dokumen Resmi

Fatwa DSN- MUI, *Penjualan Langsung Berjenjang Syari'ah*, No. 75, 2009.

Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, Wakalah, No:10/DSN-MUI/IV/2000, bagian kedua angka 1, hlm. 3.

Mahkamah Agung RI, *Kompilasi Hukum Ekonomi Syari'ah*, Jakarta: Direktorat Jenderal Badan Peradilan Agama, 2011.

Internet

<http://sc.syekhnrjati.ac.id> diakses pada 4 Juni 2022 pk1 18.30 WIB.

<https://www.scribd.com/doc/267948234/MAKALAH-AKAD>, diakses pada 24 Desember 2021 pk1 11.45 WIB.

<https://www.tommCIFLE.com>, diakses pada 10 Desember 2021 pk1 18.30 WIB.

N. Aini Latifah, "*Multi Level Marketing (MLM) Dalam Perspektif Syariah*", <http://repo.iain-tulungagung.ac.id>, diakses pada 4 Juni 2022, pk1 11.15 WIB.

Rahman, Abdul, <http://abdulrahmanblogspot.blogspot.co.id/2010/05/mlm-syariah.html> diakses pada 4 Juni 2022, diakses pada 4 Juni 2022, pk1 18.00 WIB.

www.dsnmui.or.id/indexarticleperusahaanplbs diakses pada 1 Oktober 2021 pukul 11.00 WIB.

Wawancara

Afiana, Nonik Yogi, Agen HNI yang berbelanja di Agency Center HNI di Dusun Made, Gabus, Ngrampal, Sragen, Wawancara Pribadi, 12 Agustus 2022, jam 13.00 – 14.00 WIB

Sahroni, Oni, Dewan Pengawas Syariah HNI, *Wawancara Pribadi*, 22 Maret 2022, jam 08.00 – 09.00 WIB.

Saleh, Mawardi M, Dewan Pengawas Syariah HNI, *Wawancara Pribadi*, 20 Maret 2022, jam 15.30 – 16.00 WIB.

Yulianto, Agus, Pemilik Agency Center HNI di Dusun Made, Gabus, Ngrampal, Sragen, *Wawancara Pribadi*, 23 Juni 2022, jam 13.00 – 14. 00 WIB.

Lampiran 1

Jadwal Penelitian

No	Bulan	November				Desember				Juni				Agustus				Oktober			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusunan Proposal	X	X	X	X																
2	Konsultasi					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		
3	Revisi Proposal							X	X												
4	Pengumpulan Data									X	X	X	X	X	X						
5	Analisis Data													X	X	X	X	X			
6	Penulisan Akhir Naskah																	X			
7	Pendaftaran Munaqasyah																	X			
8	Munaqasyah																			X	
9	Revisi Skripsi																				X

Lampiran 2

Pedoman Wawancara

Lembar Wawancara Pemilik Agency Center HNI Dusun Made, Gabus, Ngrampal, Sragen

1. Sejak kapan saudara membuka Agency Center HNI?
2. Kenapa saudara memilih untuk bisnis di HNI?
3. Bagaimana sistem marketing HNI di Desa Gabus, Kecamatan Ngrampal, Kabupaten Sragen?
4. Apa yang membedakan sistem marketing HNI di Desa Gabus, Kecamatan Ngrampal, Kabupaten Sragen dengan yang lain?
5. Akad apa yang digunakan pada Agency Center HNI di Dusun Made, Gabus, Ngrampal, Sragen?
6. Bagaimana tanggapan masyarakat dengan adanya Agency Center HNI Dusun Made, Gabus, Ngrampal, Sragen?
7. Keuntungan apa saja yang didapat jika masyarakat membeli produk HNI?
8. Bagaimana bonus atau keuntungan yang diperoleh di HNI melalui Agency Center HNI itu sendiri?

Lembar Wawancara Dewan Pengawas Syariah HNI

1. Apakah HNI termasuk MLM Syariah?
2. Apa yang membedakan antara HNI dengan yang lain?

3. Dalam penentuan sistem marketing di HNI menggunakan mazhab apa yang menjadi rujukannya?
4. Akad apa yang digunakan di HNI?

Lembar Wawancara Agen HNI yang berbelanja di Agency Center HNI Dusun Made, Gabus, Ngrampal, Sragen

1. Sejak kapan saudara mulai membeli produk HNI terutama di Agency Center HNI Dusun Made, Gabus, Ngrampal, Sragen?
2. Bagaimana kepuasan saudara setelah belanja produk HNI di Agency Center HNI Dusun Made, Gabus, Ngrampal, Sragen?
3. Apakah pembelian produk HNI di Agency Center HNI Dusun Made, Gabus, Ngrampal, Sragen tersebut selalu diinputkan?
4. Bagaimana pendapat saudara jika saudara membeli produk HNI namun penginputan belanjaan saudara diinputkan terlebih dahulu kepada upline saudara?
5. Apakah saudara mendapatkan keuntungan dari pembelian produk HNI?
6. Apakah saudara mengerti mengenai sistem marketing yang ada di HNI?
7. Apakah saudara mengerti akad pada sistem marketing yang ada di Agency Center HNI HNI Dusun Made, Gabus, Ngrampal, Sragen? Bagaimana pendapat saudara mengenai sistem marketing tersebut?

Lampiran 3

Transkrip Hasil Wawancara

Narasumber : Saudara Agus Yulianto (Pemilik Agency Center HNI
Dusun Made, Gabus, Ngrampal, Sragen)

Hari/Tanggal : Kamis, 23 Juni 2022

Waktu : 13.00-14.00 WIB

Tempat : Rumah Saudara Agus Yulianto

1. Sejak kapan saudara membuka Agency Center HNI?

Jawab:

Sejak Juni 2019

2. Kenapa saudara memilih untuk bisnis di HNI?

Jawab:

Karena visi dan misinya jelas. Mottonya Halal is My Way sehingga menyebabkan pemilik Agency Center bertahan di HNI. Dimana HNI juga dipantau oleh 3 Dewan Pengawas Syariah, jadi tidak hanya dapat ijinnya saja tetapi memang mendapat pemantauan khusus dari sistemnya, produknya. Jadi memang dipantau kehalalannya serta kethayyibannya.

3. Bagaimana sistem marketing HNI di Desa Gabus, Kecamatan Ngrampal, Kabupaten Sragen?

Jawab:

Pemilik Agency Center menggunakan beberapa metode marketing yaitu:

- a. Google Maps

Hal tersebut dilakukan agar masyarakat mengetahui bahwa didaerah tersebut ada Halalmart ataupun Halalmart terdekatnya.

b. Soft Selling (Sosial Media)

Terutama lewat WhatsApp yaitu WhatsApp Grup ataupun WhatsApp Story.

c. Bercerita langsung ke masyarakat secara personal

Masuk disuatu perkumpulan untuk mensosialisasikan atau mensyiarkan produk HNI, terutama mensyiarkan tentang kesehatan dan peluang bisnisnya.

4. Apa yang membedakan sistem marketing HNI di Desa Gabus, Kecamatan Ngrampal, Kabupaten Sragen dengan yang lain?

Jawab:

Secara umum sama yaitu menggunakan sosial media dan lain sebagainya. Jadi yang membedakan, di Agency Center tersebut juga menggunakan sistem offline yaitu bercerita, memberikan solusi, beriklan langsung secara personal, atau bahkan beriklan langsung ke suatu majelis atau suatu perkumpulan.

5. Akad apa yang digunakan pada Agency Center HNI di Dusun Made, Gabus, Ngrampal, Sragen?

Jawab:

Pertama, menerapkan akad murabahah, dimana penjual dan pembeli sudah saling paham harganya. Jadi misalkan ada agen biasa atau konsumen yang mau berbelanja langsung disampaikan harga dan keuntungannya, jadi

transparansi. Kedua, menerapkan akad salam, diterapkan ketika ada produk-produk yang perlu pre-order atau perlu memesan terlebih dahulu.

6. Bagaimana tanggapan masyarakat dengan adanya Agency Center HNI Dusun Made, Gabus, Ngrampal, Sragen?

Jawab:

Respon masyarakat alhamdulillah positif, banyak masyarakat yang termudahkan untuk mendapatkan produk-produk HNI karena sebelumnya perlu waktu kurang lebih 15 menit baru mendapatkan produk HNI, dan sekarang sudah lebih dekat lagi.

7. Keuntungan apa saja yang didapat jika masyarakat membeli produk HNI?

Jawab:

Keuntungan yang didapatkan yaitu:

- a. Selamat

Selamat dari produk-produk yang tidak halal ataupun tidak thayyib insya Allah karena bahwasannya di HNI dipantau, dibersamai oleh 3 Dewan Pengawas Syariah yang kompeten pada sektor tersebut, baik dari sistemnya maupun produknya.

- b. Sehat

Produk-produk di HNI halal dan thayyib, jadi ketika masyarakat konsumsi produk-produk HNI harapannya dan memang tujuannya produk itu dibuat supaya yang mengonsumsinya itu semakin sehat dan bukannya semakin sakit.

8. Bagaimana bonus atau keuntungan yang diperoleh di HNI melalui Agency Center HNI itu sendiri?

Jawab:

Agency Center itu tingkat tertinggi sebelum Bussiness Center. Bonus atau keuntungan yang diperoleh oleh Agency Center terbagi menjadi 3 kategori, yaitu:

- a. Jika Agency Center mendapatkan hak/bonus/penghasilan sebesar 3% dari poin penjualan produk jika produk tersebut dibeli oleh Halalmart dengan status Distributor Center.
- b. Jika Agency Center menjual produk kepada Halalmart dengan status Stokis Center maka dari Halalmart Agency Center mendapatkan keuntungan 11% dari poin penjualan produknya.
- c. Jika Agency Center menjual kepada Agen Biasa yang tidak mempunyai Halalmart atau hanya pemakai saja, maka Agency Center mendapatkan bonus sebesar 16% dari penjualan produknya.

Narasumber : Dr. Oni Sahroni, MA. (Dewan Pengawas Syariah HNI)

Hari/Tanggal : Selasa, 22 Maret 2022

Waktu : 08.00-09.00 WIB

Tempat : Chat Room di WhatsApp

1. Apakah HNI termasuk MLM Syariah?

Jawab:

Iya, MLM Syariah

2. Apa yang membedakan antara HNI dengan yang lain?

Jawab:

Bersertifikat syariah dan LPPOM MUI (Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika – Majelis Ulama Indonesia), secara sistem dibuat untuk tidak ada money game, ada barang riil yang diperjual belikan.

3. Akad apa yang digunakan di HNI?

Jawab:

Jual beli HNI dengan skema jual beli (bai'), perusahaan memberi bonus bagi yang tutup poin dengan skema ju'alah.

Narasumber : KH. Dr. Mawardi M. Saleh, MA. (DPS HNI)

Hari/Tanggal : Minggu, 20 Maret 2022

Waktu : 15.30-16.00 WIB

Tempat : Chat Room di WhatsApp

1. Dalam penentuan sistem marketing di HNI menggunakan madzab apa yang menjadi rujukannya?

Jawab:

Penentuan sistem marketing HNI menggunakan rujukan Fatwa DSN/MUI Pusat tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS), No.75/DSN-MUI/VII/2009.

Narasumber : Saudari Nonik Yogi Afiana (Agen HNI yang berbelanja di

Agency Center Agency Center HNI Dusun Made, Gabus,
Ngrampal, Sragen)

Hari/Tanggal : Jum'at, 12 Agustus 2022

Waktu : 13.00-14.00 WIB

Tempat : Rumah Saudari Nonik Yogi Afiana

1. Sejak kapan saudara mulai membeli produk HNI terutama di Agency Center Desa Gabus, Kecamatan Ngrampal, Kabupaten Sragen?

Jawab:

Sejak 21 April 2021

2. Bagaimana kepuasan saudara setelah belanja produk HNI di Desa Gabus, Kecamatan Ngrampal, Kabupaten Sragen?

Jawab:

Puas berbelanja disana karena selalu diinputkan belanjannya dan selalu disuruh mengecek kembali barangkali ada yang belum diinput atau ada kesalahan saat penginputan belanjaan produk HNI.

3. Apakah pembelanjaan produk HNI di Agency Center Desa Gabus, Kecamatan Ngrampal, Kabupaten Sragen tersebut selalu diinputkan?

Jawab:

Alhamdulillah selalu menginputkan.

4. Bagaimana pendapat saudara jika saudara membeli produk HNI namun penginputan belanjaan saudara diinputkan terlebih dahulu kepada upline saudara?

Jawab:

Tidak masalah, karena insya Allah tidak ada yang dirugikan, ketika beliau belanja juga ada hak poinnya yang juga diinputkan oleh upline beliau, jikapun tidak ada yang dirugikan maka itu tidak menjadi masalah.

5. Apakah saudara mendapatkan keuntungan dari pembelian produk HNI?

Jawab:

Tidak mendapatkan keuntungan, tetapi yang mendapatkan keuntungan adalah halalmart Agency Center tersebut, kecuali memang posisi keagenan saya (Nonik Yogi Afiana) itu Distributor Center dan ada yang beli ke saya (Nonik Yogi Afiana) maka saya (Nonik Yogi Afiana) mendapatkan keuntungan. Keuntungan tersebut didapatkan ketika ada yang beli ke halalmart saya (Nonik Yogi Afiana) itu statusnya mitra beliau atau bukan, jika yang membeli itu bukan dari mitranya, maka saya (Nonik Yogi Afiana) mendapatkan keuntungan dari halalmart beliau sebanyak 11%, dan jika yang membeli itu dari mitra saya (Nonik Yogi Afiana) maka mendapatkan 2 (dua) keuntungan yaitu keuntungan dari halalmart dan keuntungan pasar (dari mitranya), maka ketika mitra saya (Nonik Yogi Afiana) tersebut berbelanja juga mendapatkan keuntungan dan saya (Nonik Yogi Afiana) pun juga mendapatkan keuntungan dari perusahaan.

6. Apakah saudara mengerti mengenai sistem marketing yang ada di HNI?

Jawab:

Sejauh ini sudah mengetahui sistem marketing yang ada di Agency Center HNI Dusun Made, Gabus, Ngrampal, Sragen bahwa sistem marketing yang ada di HNI memang sistemnya Multi Level Marketing, akan tetapi di

HNI termasuk ke dalam Multi Level Marketing Syariah dan sistemnya tidak money game atau piramid, jadi sistemnya sangat jelas karena setiap yang membeli produk HNI mendapatkan upah atau poin dari perusahaan karena sudah ikut andil dalam pemakaian produk HNI/hijrah produk muslim. Setiap yang mendistribusikan/menjual juga mendapatkan keuntungan dan bagi yang menjalankan bisnisnya/sebagai artisnya yang mengenalkan atau syiar produk maka ketika memang mitranya melakukan jual beli dan begitupun dengan mentornya juga mendapatkan keuntungan dari perusahaan. Jadi keuntungan itu semua diberikan kepada mitra-mitra yang loyal dalam berbelanja produk HNI, keuntungan tersebut sesuai dengan persenan masing-masing yaitu mulai dari Agen Biasa sampai Executive Director, dari Stockis Center sampai Business Center itu persennanya berbeda-beda karena sudah diatur oleh perusahaan HNI.



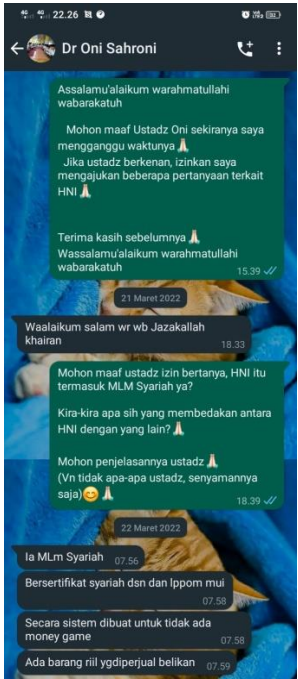
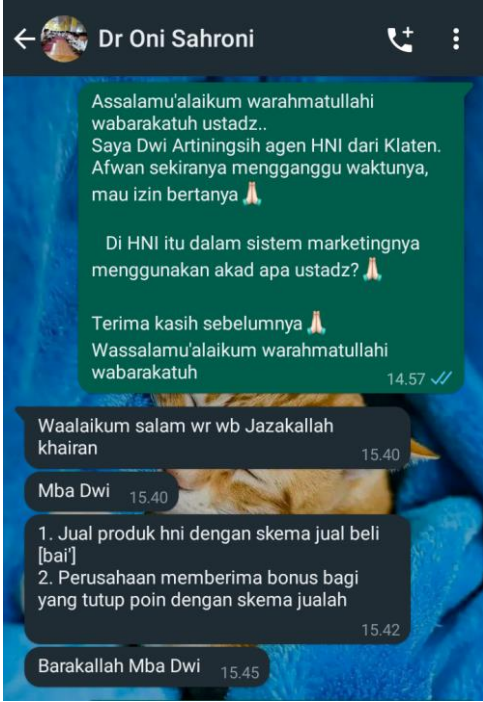
7. Apakah saudara mengerti akad pada sistem marketing yang ada di Agency Center HNI Desa Gabus, Kecamatan Ngrampal, Kabupaten Sragen? Bagaimana pendapat saudara mengenai sistem marketing tersebut?

Jawab:

Akad yang ada di Agency Center HNI di Dusun Made, Gabus, Ngrampal, Sragen itu sudah sesuai dengan perusahaan HNI karena memang semua sudah tersistem jadi tinggal menjalankan sistemnya, maka kita tidak boleh membuat sistem sendiri. Jadi ketika ada yang membeli produk HNI itu diinputkan, mitra-mitranya mendapatkan pembinaan baik online maupun offline.

Lampiran 4

Dokumentasi

<p style="text-align: center;">Gambar 1 Foto Bersama Saudara Agus Yulianto</p> 	<p style="text-align: center;">Gambar 2 Foto Bersama Saudari Nonik Yogi Afiana</p> 
<p style="text-align: center;">Gambar 3 Foto Chat WhatsApp dengan Dr. Oni Sahroni, MA.</p> 	<p style="text-align: center;">Foto Chat WhatsApp dengan Dr. Oni Sahroni, MA.</p> 

Gambar 5

Foto Chat WhatsApp dengan
KH. Dr. Mawardi M. Saleh, MA.

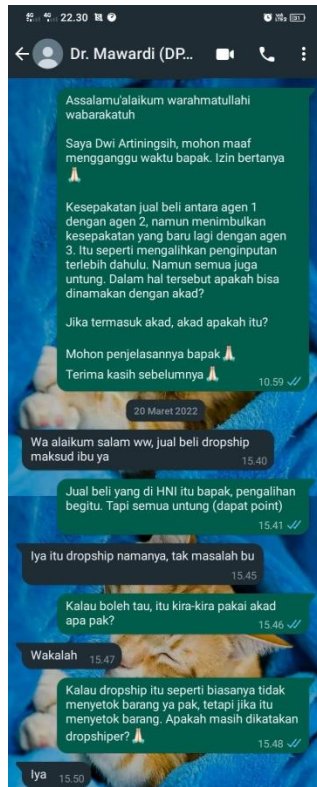
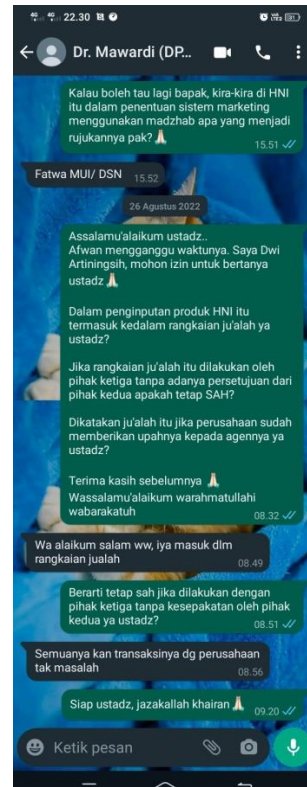


Foto Chat WhatsApp dengan
KH. Dr. Mawardi M. Saleh, MA.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Nama : Dwi Artiningsih
2. NIM : 182111199
3. Tempat, Tanggal Lahir : Klaten, 01 Januari 2000
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Alamat : Porodesan RT 022 RW 009, Randulanang,
Jatinom, Klaten
6. Nama Ayah : Iriyanta
7. Nama Ibu : Rusmiyani
8. Riwayat Pendidikan
 - a. SD Negeri 1 Mranggen Lulus Tahun 2012
 - b. SMP Negeri 2 Jatinom Lulus Tahun 2015
 - c. MAN 2 Klaten Lulus Tahun 2018
 - d. Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Mas Said Surakarta Masuk Tahun 2018

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya.

Surakarta, 20 September 2022



Dwi Artiningsih