

**STRATEGI PEMASARAN JASA UMRAH DAN  
HAJI PLUS PADA PT. SOLUSI BALAD  
LUMAMPAH (SBL) DALAM PRESPEKTIF  
FATWA DSN MUI NO 75/DSN-MUI/VII/2009  
TENTANG PENJUALAN LANGSUNG  
BERJENJANG SYARIAH (PLBS)**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Hukum (S.H)**



**OLEH :**

**Rara Maftuhah**

**13110698**

**PROGRAM STUDI MUAMALAH (HUKUM EKONOMI ISLAM)  
FAKULTAS SYARIAH  
INSTITUT ILMU AL-QUR'AN (IIQ) JAKARTA  
1438 H/2017 M**

**STRATEGI PEMASARAN JASA UMRAH DAN  
HAJI PLUS PADA PT. SBL (SOLUSI BALAD  
LUMAMPAH) DALAM PRESFEKTIF FATWA DSN  
MUI NO 75/DSN-MUI/VII/2009 TENTANG  
PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG  
SYARIAH (PLBS)**

**SKRIPSI**


**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Hukum (S.H)**

**Oleh :**

**Rara Maftuhah**

**13110698**

**Pembimbing:**



**Dra. Hj. Muzayyanah, M.A**

**PROGRAM STUDI MUAMALAH (HUKUM EKONOMI ISLAM)  
FAKULTAS SYARIAH  
INSTITUT ILMU AL-QUR'AN (IIQ) JAKARTA  
1438 H/2017 M**

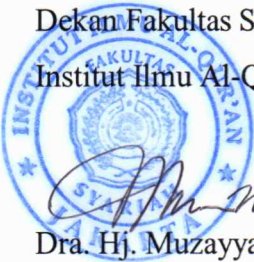
## **LEMBAR PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul “**Strategi Pemasaran Jasa Umrah dan Haji *Plus* pada Pt. Sbl (Solusi Balad Lumampah) dalam Presfektif Fatwa Dsn MUI No 75/DSN-MUI/VII/2009**” yang disusun oleh Rara Maftuhah dengan nomor induk 13110698 telah diujikan dalam munaqasyah Fakultas Syariah Institut Ilmu Al-Qu’ran (IIQ) Jakarta pada tanggal 18 Agustus 2017.

Jakarta, 18 Agustus 2017

Dekan Fakultas Syariah

Institut Ilmu Al-Qur'an Jakarta



Dra. Hj. Muzayyanah, MA

### **Sidang Munaqasyah**

**Ketua Sidang**

Dra. Hj. Muzayyanah, MA

**Sekretaris Sidang**

Chandra, S.Ud

**Penguji I**

Dr. Hj. Nadjematul Faizah, SH, M.Hum

**Penguji II**

Dr. H. Hendra Kholid, MA

**Pembimbing**

Dra. Hj. Muzayyanah, MA

## PERNYATAAN PENULIS

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Rara Maftuhah

NIM : 13110698

Tempat Tanggal Lahir : Bekasi, 12 Maret 1996


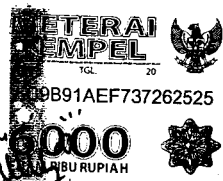
Alamat : Kota Bekasi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul **“Strategi Pemasaran Jasa Umrah dan Haji *Plus* pada Pt. Sbl (Solusi Balad Lumampah) dalam Prespektif Fatwa Dsn MUI No 75/DSN-MUI/VII/2009”** adalah benar-benar hasil karya saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Kesalahan dan kekurangan di dalam karya ini, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pertanyaan ini saya buat dengan sesungguhnya

Jakarta, 18 Agustus 2017 M

1438 H

   
Rara maftuhah

## MOTTO

*Tanpa Al-Qur'an Hidup Tidaklah Bermakna*

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur senantiasa penulis junjatkan kepada Allah swt. Yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam semoga selalu tercurah kepada Rasulullah saw beserta keluarga dan sahabatnya serta kepada kita semua selaku umatnya, mudah-mudahan kita semua mendapatkan syafa'at beliau diakhri nanti, amin.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak sedikit hambatan, rintangan serta kesulitan yang dihadapi. Namun berkat rahmat dan kebesaran-Nya, berkat bimbingan serta motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta, Ibu Prof. Dr. Hj. Huzaemah Tahido Yanggo, MA.
2. Dekan Fakultas Syariah sekaligus Pembimbing Ibunda Dra. Hj. Muzayyanah, MA. Yang telah memberikan bimbingan, waktu, nasihat, dan petunjuk kepada penulis semoga Allah semoga Allah swt senantiasa melindungi dan membalas semua kebaikan ibu.
3. Seluruh Dosen Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta khususnya Fakultas Syariah yang telah memberikan ilmunya kepada kami.
4. Bapak Dr. KH. Ahmad Fathoni, Lc, MA. Ibunda Hj. Muthmainah, MA dan Ibunda Hj. Istiqomah, MA, serta seluruh Instruktur Tahfidz, yang telah membimbing kami dalam mengafal Al-Qur'an.

5. Kaka Candra, S.Ud dan kaka Siti Zaenab, S.Sy sebagai staf di Fakultas Syariah yang telah banyak memberikan motivasi, fasilitas, kemudahan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Seluruh staf perpustakaan Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta, dan perpustakaan umum UIN Jakarta yang telah memberikan fasilitas kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. PT. Solusi Balad Lumampah yang sudah membantu memberikan data-datanya untuk memenuhi tugas penelitian penulis.
8. Ucapan terimakasih yang tak terhingga kepada orang tuaku umi Rosyiyah & abi Samudi Abdul Ghani, adikku Faiz Nurfaizi Zamzami dan seluruh keluarga besar H. Abdul Ghani.
9. Seluruh teman-teman angkatan 2013 khususnya sahabat-sahabat Fakultas Syariah "Community Of Law" yang telah bekerja sama berjuang melewati hari-hari perkuliahan dalam warna suka dan duka. Terkhusus untuk 3 Guys Kakak Bilqis, Nurul Fadhilah dan ermiza afni yang selalu menyemangati selalu menghibur, memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam penulisan skripsi.
10. Tidak lupa juga kepada Best Friend Anisah Noor Laila, Fitria harianti Sari, Muslih yang selalu memberikan masukan-masukan dan inspirasi kepada penulis.
11. Terima kasih sangat kepada om jhonik yang tiada lelahnya membantu, menyemangati, selalu memberikan nasihat kepada penulis.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Hanya harapan dan do'a semoga Allah swt memberikan balasan yang berlimpat ganda kepada semua pihak yang telah berjasa dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi ini. Dan mudah mudahan karya yang

sederhana ini dapat bermanfaat kususnya bagi penulis dan umumnya bagi pembaca.

Jakarta, 18 Agustus 2017

Penulis

Rara Maftuhah



## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN PENULIS.....	v
MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xiii
ABSTRAKSI.....	xvi

### BAB I PENDAHULUAN

A. Latar belakang masalah .....	1
B. Pembatasan dan rumusan masalah.....	5
C. Tujuan dan manfaat penelitian.....	6
D. Kajian pustaka .....	6
E. Kerangka teori dan konseptual .....	7
F. Metode penelitian .....	9
G. Teknik penulisan.....	12
H. Sistematika penulisan .....	12

### BAB II KAJIAN TEORITIS PRAKTEK PEMASARAN JASA UMRAH DAN HAJI *PLUS* DAN FATWA DSN MUI NO 75 TENTANG PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH (PLBS).

A. pemasaran	
1. Pengertian Pemasaran .....	15
2. Kegiatan Pemasaran.....	16
3. Faktor-Faktor dalam Sistem Pemasaran .....	19
4. Proses Umum Pemasaran .....	20
5. Macam-Macam Pemasaran.....	23
a. Pemasaran Produk .....	23

b. Pemasaran Jasa .....	24
c. Pemasaran Perilaku Sosial.....	26
6. Strategi Pemasaran.....	26
B. Bisnis Umroh dan Haji .....	32
1. Pengertian Umroh .....	32
2. Pengertian Haji .....	34
3. Manfaat .....	40
4. Mekanisme.....	41
C. Defini MLM.....	50
1. Pengertian MLM.....	51
a. Bisnis Pemasaran Berjenjang (MLM) .....	51
b. Multi Livel Marketing .....	51
2. Jenis dan Bentuk MLM .....	65
3. Persyaratan Perusahaan Multilevel Marketing .....	67
4. Money Game (Skema Ponzi).....	72
5. Cara Kerja Multilevel Marketing .....	76
6. Fatwa DSN MUI NO 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) .....	75

### **BAB III GAMBARAN UMUM PT.SOLUSI BALAD LUMAMPAH (SBL)**

A. Profil & Sejarah Berdirinya PT. Solusi Balad Lumampah (SBL).....	77
1. Visi dan misi PT. Solusi Balad Lumampah (SBL).....	80
B. Produk PT. Solusi Balad Lumampah (SBL) .....	80
1. Sistim Pemasaran PT. Solusi Balad Lumampah (SBL) .....	83
2. Sistim Pembayaran PT. Solusi Balad Lumampah (SBL).....	85
C. Surat Izin dan Legalitas PT .Solusi Balad Lumampah (SBL).....	91

D. Logo Perusahaan PT. Solusi Balad Lumampah (SBL) .....	92
--	----

#### **BAB IV ANALISIS PRESFEKTIF FATWA DSN MUI NO 75 TERHADAP STRATEGI PEMASARAN UMRAH DAN HAJI PLUS PT. SOLUSI BALAD LUMAMPAH (SBL)**

A. Konsep Fatwa DSN MUI NO 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang .....	93
B. Implementasi Fatwa DSN MUI No : 75/DSN MUI/VII/2009 Terhadap Strategi Pemasaran Jasa Umrah Dan Haji Plus Pada PT. Solusi Balad Lumampah .....	98
C. Kesesuaian Fatwa DSN MUI NO 75 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang .....	100

#### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	109
B. Saran.....	110

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>111</b>
-----------------------------	------------

#### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi adalah penyalinan dengan penggantian huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Dalam penulisan skripsi di IIQ, transliterasi Arab-Latin mengacu pada berikut ini :

### 1. Konsonan

ا	: a	ط	: th
ب	: b	ظ	: zh
ت	: t	ع	: ‘
ث	: ts	غ	: gh
ج	: j	ف	: f
ح	: <u>h</u>	ق	: q
خ	: kh	ك	: k
د	: d	ل	: l
ذ	: dz	م	: m
ر	: r	ن	: n
ز	: z	و	: w
س	: s	ه	: h
ش	: sy	ء	: ‘
ص	: sh	ي	: y
ض	: dh		

### 2. Vokal

Vokal tunggal	vokal panjang	vokal rangkap
Fathah : a	ا : â	أ... : ai
Kasrah : i	ي : î	أ... : au

Dhammah : u                      و : û

3. Kata sandang

a. Kata sandang yang diikuti alif lam (ال) *qamariyah*

Kata sandang yang diikuti oleh alif lam (ال) *qamariyah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya. Contoh :

البقرة : al-Baqarah                      المدينة : al-Madînah

b. Kata sandang yang diikuti oleh alif lam (ال) *syamsiyah*

Kata sandang yang diikuti oleh alif lam (ال) *syamsiyah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Contoh :

الرجل : ar-Rajul                      السيدة : as-Sayidah

الشمس : asy-Syams                      الدارمي : ad-Dârimî

c. *Syaddah (Tasydîd)*

*Syaddah (Tasydîd)* dalam sistem aksara Arab digunakan lambang (ّ), sedangkan untuk alih aksara ini dilambangkan dengan huruf, yaitu dengan cara menggandakan huruf yang bertanda *tasydîd*. Aturan ini berlaku secara umum, baik *tasydîd* yang berada di tengah kata, di akhir kata ataupun yang terletak setelah kata sandang yang diikuti oleh huruf-huruf *syamsiyah*. Contoh :

أَمَّنَ السُّفَهَاءُ : *Âmana as-Sufahâ'u*                      آمَنَّا بِاللَّهِ : *Âmannâ Billâhi*

وَالرُّكَّع : *wa ar-Rukka'i*                      إِنَّ الَّذِيْنَ : *inna al-Ladzîna*

d. *Ta Marbûthah ( ة )*

*Ta Marbûthah ( ة )* apabila berdiri sendiri, waqaf atau diikuti oleh kata sifat (*na'at*), maka huruf tersebut dialihaksarakan menjadi huruf "h". Contoh:

الْأَفْنَدَةُ : *al-Af'idah*                      الْجَامِعَةُ الْإِسْلَامِيَّةُ : *al-Jâmi'ah al-Islâmiyyah*.

Sedangkan *Ta Marbûthah* ( ة ) yang diikuti atau disambungkan (di-*washal*) dengan kata benda (*isim*), maka dialih aksarakan menjadi huruf “t”. Contoh:

عَامِلَةٌ نَاصِيَةٌ : *Âmilatun Nâshibah.*    الْآيَةُ الْكُبْرَى : *al-Âyat al-Kubrâ.*

e. Huruf Kapital

Sistem penulisan huruf Arab tidak mengenal huruf kapital, akan tetapi apabila telah dialih aksarakan maka berlaku ketentuan Ejaan Yang Disempurnakan (EYD) bahasa Indonesia, seperti penulisan awal kalimat, huruf awal nama tempat, nama bulan, nama diri, dan lain-lain. Ketentuan yang berlaku pada EYD berlaku pula dalam alih aksara ini, seperti cetak miring (*italic*) atau cetak tebal (*bold*) dan ketentuan lainnya. adapun untuk nama diri dan yang diawali dengan kata sandang, maka huruf yang ditulis kapital adalah awal nama diri, bukan kata sandangnya. Contoh : ‘Âlî Hasan al-Âridh, al-‘Âsqallânî, al-Farmawî dan seterusnya. Khusus untuk penulisan kata Alqur’an dan nama nama surahnya menggunakan huruf kapital. Contoh: Al-Qur’an, Al-Baqarah, Al-Fâtihah dan seterusnya.

## ABSTRAK

Rara Maftuhah, NIM: 13110698

Strategi Pemasaran Jasa Umrah dan Haji *Plus* pada Pt. Sbl (Solusi Balad Lumampah) dalam Presfektif Fatwa Dsn MUI No 75/DSNMUI/VII/2009. Skripsi, Program Studi Muamalah (Hukum Ekonomi Islam), Fakultas Syariah, Institut Ilmu Al-Qur'an. Pembimbing : Dra. Hj. Muzayyanah, M.A.

Strategi adalah bagian dari pada keberhasilan dari pada suatu perusahaan maka dalam hal ini PT SBL menggunakan strategi pemasaran dengan sistem *Multi Level Marketing* yang sesuai dengan syariah.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dengan menggunakan pendekan kualitatif sumber data ini sangat penting untuk digunakan dalam penelitian guna menjelaskan benar atau tidaknya suatu penelitian. Dalam hal ini penulis menggunakan data primer Merupakan data utama yang diperoleh langsung dari responden berupa catatan tertulis dari hasil wawancara, serta dokumentasi. Dan menggunakan data skunder Merupakan data yang diperoleh dari sumber sumber yang tertulis yang terdapat dalam buku dan literature terkait. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penelitian ini penelitian kualitatif yang menyatakan kualitas bukan kuantitas.

Hasil penelitian menunjukan. *Pertama*, Fatwa Dewan Syariah Nasional Fatwa No:75/DSNMUI/VII/2009 tentang PLBS ( Penjualan Langsung Berjenjang Syariah). Berisi tentang unsur-unsur apa saja yang terdapat dalam PLBS. *Kedua*, Praktek pemasaran Umrah dan Haji pada PT. SBL yaitu ada yang menggunakan sistem PLBS dan ada juga yang menggunakan sistem pemasaran konvensional. *Ketiga*, Dalam PT. Solusi Balad Lumampah menyimpulkan bahwa transaksi yang dilakukan oleh PT. SBL telah sesuai dengan ketentuan fatwa DSN, Akan tetapi legalitas izin Praktek pemasaran sistem sahabat tersebut diragukan karena pihak perusahaan yaitu Humas tidak memberikan surat rekomendasi yang seharusnya diberikan oleh Dewan Pengawas Syari'ah.

Kata Kunci: Fatwa DSN, Praktek pemasaran, PT. Solusi Balad Lumampah

Pembimbing : Dra. Hj. Muzayyanah, M.A.

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

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

Indonesia merupakan negara muslim terbesar di dunia. Sekitar 80% penduduk Indonesia adalah muslim. Pada umumnya masyarakat muslim Indonesia melaksanakan umrah menuju Masjidil Haram di Arab Saudi melalui travel umrah atau sebuah perusahaan travel atau biro perjalanan yang khusus menyelenggarakan jasa perjalanan umrah yang banyak tersebar di Indonesia. Biro perjalanan tersebut menyediakan berbagai fasilitas yang memudahkan jamaah, sehingga konsentrasi jamaah hanya pada pelaksanaan ibadah umrah saja di Masjidil Haram di Makkah dan Madinah.

Oleh karena itu Indonesia mayoritas muslim maka biro perjalanan haji dan umrah menjadi sebuah bisnis yang menggiurkan sehingga bermunculan biro-biro perjalanan haji dan umrah yang menawarkan kepada calon-calon jamaah, dengan berbagai tawaran atau memakai fasilitas-fasilitas.

Akan tetapi hal perlu diperhatikan oleh biro perjalanan haji adalah:

1. Surat izin dan legalitas perseroan terbatas (PT) yang akan didirikan.
2. Ketentuan fatwa DSN-MUI No:75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pejualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)
3. pun dijelaskan, tentang ketentuan yang harus dipenuhi oleh pemohon penjualan langsung berjenjang syariah, diantaranya yaitu:
  - a. Adanya objek transaksi riil yang di perjual belikan berupa barang atau produk jasa.



- b. Barang atau produk jasa yang diperdagangkan bukan sesuatu yang diharamkan dan atau yang dipergunakan untuk sesuatu yang haram.
- c. Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur *gharar*, *maysir*, *riba*, *dharar*, *dzullm*, *maksiat*.
- d. Tidak ada kenaikan harga atau biaya yang berlebihan ( *excessive mark-up*), sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas atau manfaat yang diperoleh.
- e. Komisi yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota baik besaran maupun bentuknya harus berdasarkan pada prestasi kerja nyata yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang atau produk jasa, dan harus jadi pendapatan utama mitra usaha dalam PLBS.
- f. Bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) harus jelas jumlahnya ketika dilakukan transaksi (akad) sesuai dengan target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan oleh perusahaan.
- g. Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa.
- h. Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan *ighra*.
- i. Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dengan anggota berikutnya.
- j. Sistem perekrutan keanggotaan, bentuk penghargaan dan acara seremonial yang dilakukan mengandung unsur yang bertentangan dengan akidah, syariah dan akhlak mulia, seperti syirik, maksiat dll.

- k. Setiap mitra usaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya tersebut.
- l. Tidak melakukan kegiatan money game.<sup>1</sup>

Kini banyak sekali persaingan didunia bisnis khususnya dibiro perjalanan travel haji dan umrah sehingga mengakibatkan banyak bermunculan jasa pelayanan travel haji dan umrah, untuk itu perlu adanya strategi pemasaran yang berbeda dengan yang lainnya untuk menarik perhatian masyarakat. Akan tetapi dengan banyaknya jasa travel haji dan umrah perlu adanya pengetahuan oleh masyarakat dalam memilih jasa travel mana yang akan digunakan.

Menurut Jay Heijer dan Berry Rander manajemen operasional adalah suatu proses atau kerangka kerja yang melibatkan bimbingan atau pengarahan suatu kelompok atau serangkaian aktivitas yang menghasilkan nilai dalam bentuk barang dan jasa dengan merubah *input* menjadi *ouput*.<sup>2</sup>

Manajemen operasional sebagai ilmu sangat dipengaruhi oleh perkembangan dunia usaha. Saat ini salah satu trend dunia usaha menunjukan pertumbuhan yang pesat pada sektor jasa. Oleh sebab itu aspek operasional organisasi jasa merupakan hal penting untuk selalu diperhatikan dalam perkembangan dan kemajuan perusahaan, khususnya dalam penelitian ini yang akan membahas tentang manajemen operasional jemaah umrah.<sup>3</sup>

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan objek penelitian sebuah travel di kawasan Bandung, tepatnya di Wisma Bumi Putra,

---

<sup>1</sup> Fatwa DSN-MUI No. 75 Tahun 2009. Tentang PLBS h. 5

<sup>2</sup> Dorothea Wahyu Ariani, *Manajemen Operasi Jasa*, hal 3

<sup>3</sup> Tita Deitiana, 2011. *manajemen Operasional Strategi Dan Analisa*. ( Jakarta, Mitra Wacana Media), h. 2.

Lt.7 Suite 707 Jl. Asia Afrika 141-149 Bandung, Travel umrah tersebut adalah PT. Solusi Balad Lumampah.

Di PT. Solusi Balad Lumampah berlaku Akad *Murobahah*, dimana uang yang disetor jamaah tidak hilang atau hangus melainkan menjadi tabungan awal. Adapun mengenai sistem Ujrah atau Bonus yang berlaku di PT. Solusi Balad Lumampah, berlaku Akad *Wakalah Taswiq Bil Ujroh* yakni akad dimana seseorang menjadi wakalah / wakil (agen) penjualan oleh sebuah perusahaan maka akan mendapatkan ujroh (upah) ketika dapat membantu penjualan produk atau jasa dari perusahaan tersebut. Dalam hal ini, wakil penjualan adalah seluruh jamaah/ member PT. Solusi Balad Lumampah perdana dan perusahaan PT. Solusi Balad Lumampah. Dimana jamaah/ member PT. Solusi Balad Lumampah akan mendapat bonus ketika terjadi penjualan produk atau jasa Umrah dan Haji Plus.

Peneliti sengaja memilih objek penelitian di PT. Solusi Balad Lumampah di karenakan ditemukan sistem pembiayaan berbeda dengan jasa umrah dan Haji lainnya.

Mekanisme pemasaran PT. Solusi Balad Luamampah menggunakan metode *direct selling* yaitu penjualan langsung kepada konsumen supaya memotong jalur distribusi pemasaran sehingga biaya untuk iklan dan promosi dan biaya distribusi seperti halnya bisnis konvensional dapat dipangkas untuk kemudian dialihkan sebagai insentif maupun rabat atau bonus-bonus berupa hadiah.

Hal ini menarik untuk dikaji karena dari satu sisi sistem penjualan berjenjang (berlevel / bertingkat) yang dipraktekkan PT. PT. Solusi Balad Lumampah tersebut mengarah pada Multi Level Marketing (MLM). Disana ada upline dan downline, ada bonus / fee yang diberikan kepada konsumen apabila ia merekomendasikan

konsumen baru atau calon jamaah. Dari sisi lain, sistem pembagian bonus yang diterapkan PT. Solusi Balad Lumampah masih dirasakan kurang adil karena bonus akan lebih banyak didapatkan oleh pihak level atas (up line), sedangkan yang berusaha untuk mencari anggota adalah pihak level bawah (down line).

## **B. Pembatasan dan perumusan Masalah**

### **1. Pembatasan Masalah**

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus, sempurna, dan mendalam maka penulis memandang permasalahan penelitian yang diangkat perlu dibatasi variabelnya. Oleh sebab itu, Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis membatasi penelitian ini khusus pembahasan **“Strategi Pemasaran Jasa Umrah dan Haji *Plus* pada Pt. Sbl (Solusi Balad Lumampah) dalam Presfektif Fatwa Dsn MUI No 75”**.

### **2. Perumusan Masalah**

Dari identifikasi dan pembatasan masalah di atas, maka pembahasan masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana konsep MLM menurut Fatwa DSN MUI No:75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pejualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) ?
2. Bagaimana praktek pemasaran SBL?
3. Bagaimana strategi pemasaran jasa umrah dan haji pada PT. Solusi Balad Lumampah dengan menggunakan MLM, Sudahkah sesuai dengan Fatwa DSN MUI No:75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pejualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) ?

### C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Bagaimana konsep MLM menurut Fatwa DSN MUI No:75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pejualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).
2. Untuk mengetahui Bagaimana praktek pemasaran SBL.
3. Untuk mengetahui Bagaimana strategi pemasaran jasa umrah dan haji pada PT. Solusi Balad Lumampah dengan menggunakan MLM, Sudahkah sesuai dengan Fatwa DSN MUI No:75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pejualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).

Adapun dengan penelitian yang dilakukan ini, penulis berharap agar hasil yang diperoleh bisa memberikan manfaat bagi penulis:

1. Untuk memenuhi tugas akademik yang merupakan salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan studi tingkat sarjana program Strata 1 (S1) di Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta Fakultas Syariah Prodi Muamalah.

#### 2. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber pengetahuan rujukan serta acuan bagi semua pihak yang ingin mendalami ilmu ekonomi syariah, khususnya bagi pihak PT. Solusi Balad Lumampah (SBL) dalam memperjelas strategi pemasaran pada penjualan Produk Umroh dan Haji *Plus*.

#### 3. Secara praktisi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan oleh PT. Solusi Balad Lumampah (SBL) dalam upaya meningkatkan volume penjualan dan pelayanan dimasa yang akan datang.

#### D. Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah kajian literatur yang relevan dengan pokok bahasan penelitian yang akan dilakukan, atau bahkan memberikan inspirasi dan mendasari dilakukannya penelitian.

Dari hasil penelusuran kajian latar belakang Strategi Pemasaran Jasa Umrah dan Haji *Plus* pada Pt. Sbl (Solusi Balad Lumampah) dalam Presfektif Fatwa Dsn MUI No 75”, penulis menemukan sebuah karya sebagai rujukan, di antaranya adalah:

1. Filzdah Salsabil Rasyiqah (1110053100002), *Strategi Pemasaran Umrah PT. Alia Indah Wisata* (jurusan Manajemen Haji dan Umrah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2009)<sup>4</sup>

Dalam skripsi ini menekankan pada strategi travel dalam memasarkan produknya (*mix marketing*), untuk meningkatkan jamaah haji maupun umrah.

2. M. Abizar Al-Baihaqi (107053002925) *Strategi Pemasaran Kelompok Bimbingan Haji KBIH At-Taqwa Ujung Harapan Bekasi Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah* (Jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011).<sup>5</sup>

Dalam skripsi ini menjelaskan mengenai strategi pemasaran bagaimana cara meningkatkan jumlah jamaah.

---

<sup>4</sup> Filzdah Salsabil Rasyiqah, *Strategi Pemasaran Umrah PT. Alia Indah Wisata*, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2009.

<sup>5</sup> M. Abizar Al-Baihaqi, *Strategi Pemasaran Kelompok Bimbingan Haji KBIH At-Taqwa Ujung Harapan Bekasi Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah*, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011.

## E. Kerangka Teori

Sebagaimana yang ditulis Philip Kotler dalam buku dasar-dasar pemasaran mengatakan definisi pemasaran adalah proses sosial dengan mana seorang kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pencapaian dan pertukaran produk dan nilai.<sup>6</sup> Buku Philip Kotler ini menjelaskan pemasaran muncul sebagai akibat dari adanya kebutuhan dan keinginan atas dasar prinsip pertukaran yang berarti seorang mengkhususkan diri dalam menghasilkan suatu produk dan menikmati kebutuhan yang sama dari pihak lain.

Strategi adalah langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan. Untuk mencapai tujuan dalam sebuah perusahaan juga diperlukan langkah-langkah tertentu. Misalnya, perusahaan yang ingin menjual barang atau jasanya kepada pelanggan memerlukan langkah yang tepat. Diluar perusahaan tersebut sudah banyak pesaing yang menunggu, mulai dari pesaing kecil sampai kelas kakap. Di samping itu, setiap waktu akan bermunculan pesaing baru, apalagi jika jenis produk yang ditawarkan memberikan keuntungan yang menggiurkan. Pesaing- pesaing inilah yang disebut sebagai rintangan atau hambatan untuk menjual produk ke pelanggan.<sup>7</sup>

Philip<sup>8</sup> dan Duncan: Pemasaran meliputi semua langkah yang digunakan atau dipergunakan untuk menempatkan barang-barang nyata ke tangan konsumen

---

<sup>6</sup> Philip Kotler, *Dasar-Dasar pemasaran*, (Jakarta: CV. Intermedia, 1994), h.7

<sup>7</sup> Freddy Rangkuti (Dosen dan CEO Frai Consulting, Konsultan strategi bisnis dan marketing), *Teknik Membuat Rencana Pemasaran berdasarkan Customer Values & Analisis Kasus*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002) h, 112

<sup>8</sup> Philip Kotler adalah salah seorang pakar marketing terkemuka di dunia terhadap ilmu dan praktek pemasaran. Beliau menjadi Guru Besar Kehormatan S.C. Johnson & Son di bidang Pemasaran Internasional di Kellogg Graduate School of Management, Northwestern University.

Untuk memperoleh pengertian lebih luas tentang strategi pemasaran maka pada awal pembahasan ini penulis mengemukakan definisi strategi pemasaran dari beberapa ahli diantaranya adalah strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu, dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat mencapai tujuan pemasaran suatu perusahaan.<sup>9</sup>

Menurut Gultinan & Gordon, menyatakan strategi pemasaran adalah pernyataan pokok tentang dampak yang diharapkan akan dicapai dalam hal permintaan pada pasar target tertentu. Pendekatan terinci untuk menetapkan strategi-strategi ini ditentukan progam-progam pemasaran yang spesifik, seperti program periklanan, progam promosi penjualan dan distribusi.<sup>10</sup>

Dengan demikian strategi pemasaran merupakan serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan, dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu kewaktu pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya. Terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.

## **F. Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut bogdan dan taylor yang dikutip oleh Loxy Moleong menyatakan bahwa metode dengan menggunakan pendekatan kualitatif adalah sebagai prosedur penelitian

---

<sup>9</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada) h.168

<sup>10</sup> Danang sunyoto, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Center For Academic Publising Service, 2015) h. 2



yang menghasilkan data deskriptif berupa kata kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Dalam pengumpulan data penulis menggunakan penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang dilakukan dilapangan, tempat dimana objek peneliti itu berada. Ditinjau dari sifat penyajian dalam data, penulis menggunakan metode deskriptif merupakan penelitian digunakan sebagai cara yang praktis untuk menjelaskan tentang analisis program pelayanan jama'ah haji dan umrah pada PT. SEL. Untuk mendapatkan data-data tersebut, penulis menggunakan cara.

### **1. Sumber data**

Sumber data ini sangat penting untuk digunakan dalam penelitian guna menjelaskan benar atau tidaknya suatu penelitian. Dalam hal ini penulis menggunakan:

#### **a. Data primer**

Merupakan data utama yang diperoleh langsung dari responden berupa catatan tertulis dari hasil wawancara, serta dokumentasi.

#### **b. Data skunder,**

Merupakan data yang diperoleh dari sumber sumber yang tertulis yang terdapat dalam buku dan literature terkait.

### **2. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan yaitu dengan melakukan observasi. Dalam pengertian psikologik, obseravasi atau disebut pula dengan pengamatan, meliputi kegiatan pemuatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra.

#### **a. Wawancara (*interview*),**

Penulis mengadakan wawancara langsung dan mengajukan beberapa pertanyaan ke beberapa pihak yang bersangkutan yaitu Bapak H.Aom Juang Wibowo SN. Sebagai Direktur Utama , Bpk H. Heru Syam sebagai komisaris, pegawai bagian administrasi dan wawancara langsung dengan lima puluh orang jamaah PT. SBL. Wawancara dilakukan secara lisan dan mendengarkan langsung keterangan keterangan atau informasi dari pengelola PT. SBL.

b. Observasi,

Dalam observasi ini penulis melakukan pengamatan dan mencatat secara langsung terhadap objek penelitian yaitu mengamati pelaksanaan program pelayanan jamaah haji *Plus* dan umrah secara langsung dan mengamati rekaman perjalanan haji dan umrah PT. SBL.

c. Dokumentasi,

Dalam hal ini penulis mengumpulkan data data yang tersimpan dan dimiliki oleh PT. SBL baik dokumentasi tertulis, gambar, dan elektronik dan hasil wawancara.

### **3. Teknik Pengelolaan Data**

Setelah data diperoleh, maka langkah-langkah selanjutnya penulis mengelola data dengan cara editing, yaitu kegiatan mempelajari berkas data yang telah terkumpul, sehingga keseluruhan berkas tersebut dapat dinyatakan baik.

### **4. Analisis Data**

Dalam hal ini penulis menggunakan analisis deskriptif yaitu penulis menggambarkan objek penelitian Program Pelayanan Jama'ah Haji dan Umrah pada PT. SBL dengan apa adanya, dan menggambarkan secara tepat dan mendeskripsikan data melalui

tulisan untuk digunakan dalam menafsirkan data hasil lisan maupun tulisan dari orang tertentu dan perilaku masyarakat yang diamati.

### **G. Teknik Penulisan**

Teknik penulisan penelitian ini merujuk pada pedoman penyusunan skripsi, tesis dan disertasi Institut Ilmu Ai-Qur'an Jakarta.

### **H. Sistematika penulisan**

Secara garis besar gambaran pada penelitian ini dapat dilihat dalam sistematika penelitian di bawah ini:

#### **Bab I: PENDAHULUAN**

Bab ini membahas tentang: Latar Belakang Masalah, Pembatasan Masalah dan Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Tinjauan Pustaka, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.

#### **Bab II: KAJIAN TEORI**

Bab ini membahas tentang: Definisi strategi, Pemasaran, Proses Umum Pemasaran, Pengertian MLM, Perusahaan MLM, Tahapan Seorang Network Marketer Jenis dan bentuk MLM. Pengertian Umrah dan Haji *Plus*, Dasar Hukum.

#### **Bab III: METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab ini memuat Profil dari PT SBL (Solusi Balad Lumampah) yaitu Visi dan Misi, Sejarah, Produk, sistem pemasaran dan sistem pembayaran pada PT.SBL (Solusi Balad Lumampah).

**Bab IV: ANALISIS JUDUL**

Meliputi Analisis fatwa DSN MUI No 75 Tahun 2009, Praktek strategi Pemasaran Jasa Umrah dan Haji *Plus* pada Pt. Sbl (Solusi Balad Lumampah) dalam Presfektif Fatwa Dsn MUI No:75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pejualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).

**Bab V : PENUTUP**

Berisi Kesimpulan dan Saran.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari beberapa bahasan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pada dasarnya konsep-konsep yang terkait dengan Penjualan Langsung Berjenjang Syariah telah diatur dengan ketentuan fatwa Dewan Syariah Nasional Fatwa No:75/DSNMUI/VII/2009 tentang PLBS ( Penjualan Langsung Berjenjang Syariah). Dimana di dalam fatwa tersebut dijelaskan unsur-unsur PLBS salah satunya adanya transaksi rill, barang atau jasa bukan suatu yang diharamkan, bonus yang diberikan tidak berlebihan dll.
2. Praktek pemasaran Umrah dan Haji pada PT. SBL yaitu ada yang menggunakan sistem PLBS dan ada juga yang menggunakan sistem pemasaran konvensional, adapun pemasaran Haji yaitu dengan menggunakan Haji *Plus* dan Haji *Furodha*.
3. Setelah melakukan penelitian penulis menyimpulkan bahwa transaksi yang dilakukan oleh PT. SBL telah sesuai dengan ketentuan fatwa DSN seperti yang telah diterangkan di atas, karena tidak adanya unsur-unsur yang mendatangkan keharaman dalam transaksi tersebut. Akan tetapi legalitas izin Praktek pemasaran sistem sahabat tersebut diragukan karena pihak perusahaan yaitu Humas tidak memberikan surat rekomendasi yang seharusnya diberikan oleh Dewan Pengawas Syari'ah.

## **B. Saran**

Hasil dari implementasi strategi ini belum dapat dijadikan garis finish dari suatu pertumbuhan perusahaan. Kemajuannya harus terus dipantau dan ditingkatkan. Para pesaing juga tidak akan tinggal diam melihat perkembangan ini. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk terus meningkatkan usahanya, mempertahankan keunggulannya dan terus memperbaiki kondisi yang sudah ada. Hubungan dan kedekatan dengan jamaah harus selalu dijaga.

Hasil pengamatan peneliti selama melakukan penelitian di PT Solusi Balad Lumampah (SBL) maka peneliti menyampaikan beberapa saran berikut:

1. Bagi PT Solusi Balad Lumampah (SBL)

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan tambahan didalam menjalankan manajemen pemasaran untuk para jamaah sehingga penyelenggaraan dapat berjalan lancar.

2. Bagi peneliti

Menambah wawasan dan sumber pemikiran mengenai manajemen pemasaran dengan berdampingan pada manajemen dakwah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Asauri, Sofjan, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada.
- Al-Bukhari Muhammad ibn Ismaa'il, *Shahih al-Bukhari*, Beirut: Daar al-Ihyaa' al-Turaas.
- Deitiana Tita, *manajemen Operasional Strategi Dan Analisa*. Jakarta: Mitra Wacana Media 2011.
- DSN MUI, *Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI*, Jakarta : Gaung Persana Press, 2010 ,Jilid 2
- Fatwa DSN-MUI No. 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berbasis Syariah (PLBS)
- Fuad M, Christin H, Nurlela, Sugiarto Paulus, Y.E.F, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama , 2006.
- Hadi , Sugito, *Taktik Sukses Untuk Bisnis: Panduan Bagi Usahawan dan Manager*, Yogyakarta: Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Konsultan Hukum SKHAPI, 2000.
- Hafidz, Abdurrahman & Abdurrahman Yahya, *Bisnis aan Muamalah Kontemporer*, Bogor: Al Azhar treshzone publishing, 2015, Cet 2
- Hariadi, Bambang, *Strategi Manajemen Strategi Memenangkan Perang Bisnis*, (Malang: Bayumedia
- Hartopo, Bandi, *Pemasaran Terpadu*, Tangerang: Pustaka Muda, 2008.
- Hasto Palupi, Dyah, *Untung Berjenjang Bebas Krisis*, Swasembada, Tahun XIV, Nomor 13, 1998.
- Ifham Sholihin, Ahmad, *Buku Pintar Ekonomi Syariah*, (Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama)

- J. Stanton William, *Fundamentals of Marketing*, terj. *Menejemen Pemasaran Modern Liberty*, oleh Irawan Basu swastha Yogyakarta, 2008.
- Kasmir, SE, MM, *Kewirausahaan*, Jakarta: Rajawali Press, 2012).
- Keegan J. Warren *Manajemen Pemasaran Global* diterjemahkan oleh Alexander Sindoro Jakarta: Prentice-Hal Inc, 1995
- Kisata, Pindi, *Why Not MLM*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- Lee Valentine, James, *MLM Power: Pemberdayaan Pemasaran Berbasis Jaringan*, Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer, 2003.
- Limboni RH, Menguasai MA dan MACD untuk trading saham, (Bandung: BEI5000, 2015)
- M. Echols, John dan Shadily, Hasan, *Kamus Inggris-Indonesia*, terj. English Indonesia Dictionary, Jakarta: PT Gramedia Pustaka utama, 1996.
- M. Rozani PC, *The Mind Teraphy for MLM Sukses Merangkai Gurita Bisnis Paling Luas dan Menguntungkan*, Jakarta: PT Mizan Publika, 2006.
- Madura, Jeef, *Pengantar Bisnis, Buku 2*, terj, Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Mursyid M, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Bumi Aksara Jakarta bekerja sama dengan Pusat Antar Universitas-Studi Ekonomi Universitas Indonesia, 2010.
- Purnaya I Gusti Ketut, *Ekonomi dan Bisnis*, Yogyakarta: Andi Offset, 2016.
- Pusat Bahasa Departement Pendidikan Nasional RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi ke tiga, Jakarta: Balai Pustaka, 2005
- Rangkuti, Freddi, *Teknik Membuat Rencana Pemasaran berdasarkan Costumer Values & Analisis Kasus*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002.



- RH Limbono, *Menguasai MA dan MACD untuk trading saham*, Bandung: BEI5000, 2015.
- Sabiq, Sayyid juz1, *fiqh al-Sunnah*, Beirut; Dar al-Fikr, 2008.
- Al-San'any, *Subul al-Salam*, Cairo: Dar al Eadie, 2004.
- Salim,Joko, S.Kom,S.E, *Mau Bisnis? Baca Buku Ini*, Jakarta:PT Elex Media Komputindo, 2010.
- Sholikhin, Muhammad, *Keajaiban Haji dan Umrah*, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2013.
- Sunyoto ,Danang, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Center For Academic Publising Service,2015
- Suyanto,M, *Strategi Management Global Most Admired Companies*, Yogyakarta:Andi Offset, 2007.
- Supriono Manajemen Strategi dan Kebijakan Bisnis, Yogyakarta: BPFE, 1985
- Simamora Bilson, *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003
- Tjiptono,Fandy, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi, 2002.
- Utama , Handi, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Insan Mandiri, 2001.
- Wahyu Ariani Dorothea, *Manajemen Operasi Jasa*
- Wijatno, Serian, *Pengantar Enterpreunership*, Jakarta:Grasindo,2009
- Wiliam F. GEUK. *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*, Jakarta: Erlangga, 1989, edisi ke 2
- Yosup Boni, Supriyadi, *Apa Salah MLM ? Sanggahan 22 Pengharaman MLM* , Jakarta: Pustaka Al Kautsar,2017.

Zuhailiy, Wahbah, *Fiqh al-Islam wa Adillatuhu*, Beirut; Dar al-fikr, 1985.

<http://rocketmanajemen.com/mlm/> diakses pada tanggal 29/7/2017, pukul 11.49.

<http://www.organisasi.org/1970/01/rahasia-dampak-buruk-bisnis-mlm-multi-level-marketing-sisi-efek-negatif-mlm.html>, diakses pada tanggal 29/7/2017, pukul 13.23.

<http://www.landasanteori.com/2015/09/pengertian-mlm-definisi-multi-level.html>, diakses pada tanggal 30/07/2017, pukul 22.16.

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**



INSTITUT ILMU AL-QUR'AN (IIQ) JAKARTA

## FAKULTAS SYARI'AH

Jl. Ir. H. Juanda No. 70 (Depan UIN) Ciputat 15419 Telp. (021) 74705154 Fax. (021) 7402703

Website : [www.iiqjkt.com](http://www.iiqjkt.com) - Email : [redaksi@iiqjkt.com](mailto:redaksi@iiqjkt.com)

Nomor : 0452/DFS.B.7/VIII/17

Lamp :

Hal : **Permohonan Wawancara**

Jakarta, 02 Agustus 2017

Kepada Yth,

PT. SBL (Solusi Balad Lumampah)

di-

Bandung

*Assalamu'alaikum War. Wab.*

Salam silaturahmi kami sampaikan, semoga Bapak dalam menjalankan aktifitas sehari-hari senantiasa mendapatkan bimbingan dan ma'unah Allah SWT. Amin.

Selanjutnya, dalam rangka penyelesaian skripsi mahasiswa Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta Fakultas Syari'ah Jurusan Muamalah (Hukum Ekonomi Islam), kami mohon dengan hormat kiranya Bapak berkenan memberikan waktu untuk wawancara dan sekaligus memberikan data-data kepada mahasiswa:

Nama : Rara Maftuhah

No Pokok : 13110698

Judul Skripsi : Praktek Pemasaran Jasa Umrah dan Haji Plus pada PT.  
SBL (Solusi Balad Lumampah) dalam Presfektif Fatwa  
DSN No 75

Demikian surat permohonan ini kami sampaikan, atas perhatian Bapak kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum War. Wab.*



*Dekan,*  
Muzayyanah, MA



# PT. SOLUSI BALAD LUMAMPAH

Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah

Izin Resmi Kemenag SK No. 561 Tahun 2016

Gedung Wisma Bumi Putera Lt. 07 Suite 707 Jl. Asia Afrika No. 141-149 Bandung  
Telp. 022-4267139, 002-4267124 Fax. 022-4267109 Email: info@sbl.co.id, www.sbl.co.id

## SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Assalamu'alaikum, Wr, Wb

Yang bertanda tangan dibawah ini menerangkan bahwa:

Nama : Rara Maftuhah  
NIM : 13110698  
Perguruan Tinggi : Institut Ilmu Al-Qur'an (IQQ) Jakarta  
Fakultas : Syariah  
Jurusan : Muamalah  
Judul Skripsi : Praktek Pemasaran Jasa Umrah dan Haji Plus pada PT. Solusi Balad Lumampah (SBL) dalam Perspektif Fatwa DSN No. 7

Bahwasanya yang bersangkutan benar telah melakukan penelitian dengan menggunakan metode wawancara untuk keperluan penulisan skripsi yang dilakukan pada PT. Solusi Balad Lumampah (SBL).

Demikian Surat Keterangan ini dibuat digunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum, Wr, Wb

Bandung, 09 Agustus 2017  
Hormat Kami,

**Sign Prabowo, S.E.**  
HUMAS

## HASIL WAWANCARA DENGAN DISTRIK MANAGER PT.SBL (SOLUSI BALAD LUMAMPAH)

1. Bagaimana sistem pemasaran jasa umrah dan haji di PT. Solusi Balad Lumampah?
2. Ada berapa macam cara pembayaran jasa umrah dan haji PT. Solusi Balad Lumampah?
3. Bagaimana sistem sahabat yang dilakukan di PT. Solusi Balad Lumampah?
4. Apa kelebihan sistem sahabat pada PT. Solusi Balad Lumampah?
5. Apa kekurangan sistem sahabat PT. Solusi Balad Lumampah?
6. Apakah program sahabat SBL termasuk MLM ?
7. Bagaimana sistem sahabat menurut fatwa DSN MUI NO 75?

### Jawaban

1. Sistem pemasaran umrah dan haji di PT. Solusi Balad Lumampah dengan cara menawarkan paket, tentu tidak hanya satu paket, ada beberapa paket yang bisa dipilih salah satunya ada paket tunai, dan ada juga yang lain nya seperti paket DP, paket dana talangan, dan terakhir paket sahabat.
2. Ada 4 Cara, Yaitu :
  - 1) Tunai atau Cash
  - 2) Dengan cara dana talangan
  - 3) Dengan cara menyicil
  - 4) Dengan cara menabung, bisa transfer lewat rekening atau bisa cash di kantor pusat
  - 5) Dengan sistem sahabat SBL, dengan booking fee 1 juta rupiah

3. Sistem sahabat berawal dari hukum menabung dengan cara ngasih DP umrah, dan seterusnya dengan cara menabung per bulan dengan harga yang sudah ditentukan, dan jika dia ikut dengan cara ini dia akan mendapatkan ID jamaah yang sekaligus member, ID ini bukan sebuah kewajiban, dia bisa mengambilnya atau enolaknya.
4. Kelebihan nya bisa menjangkau atau merangkul semua kalangan, siapapun bisa daftar umrah, dan bisa lebih dari 1 orang. Tergantung DP yang dikasih.
5. Kekurangan dari paket sahabat, mungkin karena bbebepa orang belum faham,

Dengan sisitem ini, jadi banyak orang yang menganggap ini penipuan, padahal sudah dijelaskan bahwa uang DP yang ini tidak dapat di kembalikan, karena ini DP bukannya DP menabung yang dapat di ambil, namun ini DP dapat di pakai umrah, dan jika uang DP ini tidak terpakai sama orang yang ngasih DP ini, dia bisa mewariskan nya terhadap siapapun, dan bisa berangkat kapanpun, s

Dengan syarat sudah memenuhi standar yang berlaku.

6. Ia memang menggunakan Multi-level, strukturnya ia, tapi substansi nya tidak menganut sistem MLM. Namun di SBL tidak ada yang dirugikan.

7.

Di dalam fatwa DSN MUI No.75 pun dijelaskan, tentang ketentuan yang harus dipenuhi oleh pemohon penjualan langsung berjengjang syariah, yang dijelaskan oleh: Ust. Dede S.Hidayat, SH.I

- Adanya objek transaksi riil yang di perjual belikan berupa barang atau produk jasa.

Seperti yang ada di SBL yaitu adanya jasa umrah.

- Barang atau produk jasa yang diperdagangkan bukan sesuatu yang diharamkan dan atau yang dipergunakan untuk sesuatu yang haram, Sudah jelas di SBL halal, karena, sudah berizin dari Kemenag
- Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur gharar, maysir, riba, dharar, dzull, maksiat, Tentu tidak mengandung unsur-unsur itu semua.
- Tidak ada kenaikan harga atau biaya yang berlebihan ( *excessive mark-up*), sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas atau manfaat yang diperoleh, Di SBL tidak pernah ada perubahan harga seperti awal perjanjian
- Komisi yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota baik besaran maupun bentuknya harus berdasarkan pada prestasi kerja nyata yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang atau produk jasa, dan harus jadi pendapatan utama mitra usaha dalam PLBS, Di SBL itu jelas ini tidak ada, ini benar-benar berdasarkan bagaimana mereka bekerja setiap anggota yang bekerja pasti mendapatkan komisi, beda dengan yang tidak bekerja mereka tidak mendapatkan komisi.
- Bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) harus jelas jumlahnya ketika dilakukan transaksi (akad) sesuai dengan target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan oleh perusahaan, Semuanya sudah tentu jelas, karena di SBL sudah ada perjanjian awal yang menjelaskan bahwa bonus yang di dapat akan sesuai dengan kinerjanya dan potongannya pun jelas.



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

Di SBL tidak ada komisi atau bonus yang pasif, semuanya transparan karena semua anggota mengetahuinya.

- Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan ighra.
- Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dengan anggota berikutnya.

Jelas di SBL tidak ada eksploitasi karena di SBL ada akad ta'awun (tolong menolong) jadi semuanya adil.

- Sistem perekrutan keanggotaan, bentuk penghargaan dan acara seremonial yang dilakukan mengandung unsur yang bertentangan dengan akidah, syariah dan akhlak mulia, seperti syirik, maksiat dll.

Tidak ada unsur itu semua di SBL.

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

Sudah tentu ada, karena setiap leader melakukan pembinaan dan pengawasan yang dilakukan pada hari-hari tertentu, dan akhirnya akan membentuk tim-nya menjadi leader.

- Tidak melakukan kegiatan money game.<sup>1</sup>

Tidak ada money game.

---

<sup>1</sup> Fatwa DSN-MUI No. 75 Tahun 2009. Tentang PLBS h. 5



**KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA  
REPUBLIK INDONESIA  
DIREKTORAT JENDERAL  
ADMINISTRASI HUKUM UMUM**

Jl. HR. Rasuna Said Kav. 6 - 7 Kuningan, Jakarta Selatan  
Telp. (021) 5202387 - Hunting

Nomor : AHU-AH.01.10-00392

Jakarta, 04 Januari 2013

Lampiran :

Perihal : **Penerimaan Pemberitahuan  
Perubahan Data Perseroan  
PT. SOLUSI BALAD LUMAMPAH**

Kepada Yth.  
Notaris Titin Nurnaeni, SH., M.Kn  
Jl. Permata Raya V 5 No. 27  
Kabupaten Bandung Barat

Sesuai dengan data dalam Data Isian Akta Notaris Model III yang disimpan di dalam *database* Sistem Administrasi Badan Hukum dan salinan Akta Notaris Nomor 4, tanggal 25 Oktober 2012 yang dibuat dan disampaikan oleh Notaris Titin Nurnaeni, SH., M.Kn berkedudukan di Kabupaten Bandung Barat beserta dokumen pendukungnya, yang diterima tanggal 17 Desember 2012, mengenai Pemberitahuan Perubahan Susunan Pengurus, Pengalihan Saham, **PT. SOLUSI BALAD LUMAMPAH**, berkedudukan di Jakarta Selatan, telah diterima dan dicatat di dalam *database* Sistem Administrasi Badan Hukum Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia.

Pencatatan ini bersifat administratif guna melengkapi dokumen perseroan dan tidak mempunyai akibat hukum apapun.

A.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA  
REPUBLIK INDONESIA  
DIREKTUR JENDERAL  
ADMINISTRASI HUKUM UMUM

DR. AIDER AMIN DAUD, SH., MH., DFM.  
NIP. 19581120 198810 1 001

LAMPIRAN KEPUTUSAN MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA  
NOMOR AHU-11105.40.20.2014

TENTANG

Persetujuan Perubahan Badan Hukum Perseroan Terbatas  
PT SOLUSI BALAD LUMAMPAN

MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA REPUBLIK INDONESIA

1. Modal Dasar : Rp. 11.000.000.000,00
2. Modal Ditempatkan : Rp. 11.000.000.000,00
3. Susunan Pemegang Saham, Dewan Komisaris dan Direksi

Nama	Jabatan	Jumlah Saham	Total
ENDANG KUSUMAWATI	KOMISARIS	1.100	Rp. 11.000.000.000
SASTRA NINGRAT			
ACH JIANG WIBOWO	DIREKTUR	4.950	Rp. 4.950.000.000
SASTRA NINGRAT			
VELLA LESTARI DIALIN KURNIA	KOMISARIS UTAMA	2.950	Rp. 2.950.000.000

Ditetapkan di Jakarta, Tanggal 14 November 2014.

di MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA  
REPUBLIK INDONESIA

DIREKTUR JENDERAL ADMINISTRASI HUKUM HUKUM



Prof. HARKRISTUTI HARKRISNOWO, S.H., M.A., Ph.D.  
NIP. 19560125 198103 2001

DICETAK PADA TANGGAL 17 November 2014

DAFTAR PERSEROAN NOMOR AHU-0118411.40.00.2014 TANGGAL 14 November 2014

Keputusan Menteri ini Ditetapkan dan Sah

Tertanggal 17 November 2014



KOSMARA, SH

**KEPUTUSAN MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA  
NOMOR AHU-11105.40.20.2014**

**TENTANG**

**PERSETUJUAN PERUBAHAN BADAN HUKUM PERSEROAN TERBATAS  
PT SOLUSI BALAD LUMAMPAH**

**MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA REPUBLIK INDONESIA**

Menimbang

- a. Bahwa berdasarkan Permohonan Notaris GINA RISWARA KOSWARA, SH sesuai Akta Nomor 14 Tanggal 13 November 2014 tentang Perubahan Badan Hukum PT SOLUSI BALAD LUMAMPAH tanggal 13 November 2014 dengan Nomor Pendaftaran 4014111332206295 telah sesuai dengan persyaratan pengesahan Perubahan Badan Hukum Perseroan;
- b. Bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, perlu menetapkan keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia tentang Pengesahan Perubahan Badan Hukum PT SOLUSI BALAD LUMAMPAH;

**MEMUTUSKAN:**

Menetapkan

KESATU

1. Menyetujui Perubahan Badan Hukum - PT SOLUSI BALAD LUMAMPAH - dengan NPPW 03340211370111001 yang berkedudukan di KOTA BANDUNG karena telah sesuai dengan Data Formalitas Perubahan yang diinput di dalam database Sistem Administrasi Badan Hukum sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris No.14 Tanggal 13 November 2014 yang dibuat oleh Notaris GINA RISWARA KOSWARA, SH yang berkedudukan di KOTA BANDUNG.

KEDUA

2. Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan.  
Apabila ternyata dikemudian hari terdapat kekeliruan dalam Keputusan ini maka akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di Jakarta, Tanggal 14 November 2014.

a.n MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA  
REPUBLIK INDONESIA  
DIREKTUR JENDERAL ADMINISTRASI HUKUM UMUM.



Prof. HARKRISTUTI HARKRISNOWO, S.H., M.A., Ph.D.  
NIP. 19560125 198103 2001

DICETAK PADA TANGGAL 17 November 2014

DAFTAR PERSEROAN NOMOR AHU-0110411.40.20.2014 TANGGAL 14 November 2014



J. Florio No. 34 Tel. (412) 766-0300 Fax (412) 766-0303

NOMOR THE	BERKAS/STAMP	
1411700111	1411700111	A
PERUSAHAAN	PELOPOR/PELOPOR TAMBAH	
	PUSAT	
ALAMAT PERUSAHAAN	JALAN KEMUNDI NO 14109 WISATA BUMIHUTERA LI / KOTA BANGKALU - KEC. KELURAHAN KEMUNDI KABUPATEN SUMBER BANDING, KOTA BANGKALU	
TELEFON	FAX	
PEMERINTAH / PENGURUS CABANG	AGUS RIHARDI WIDOWO	
KELOMPOK USAHA POKOK	JASADINDO KOTA BANGKALU WISATA	
REF - 7514		

Thursday, 2 February 2017

KEPALA BARU PELATAPAN PERUMAHAN TERPADU  
DI KOTA BANDUNG

\*\*\*\*\*

1990

12-12-22 1200310

1. **Manfaat Utama KIRKM di Periode Keras Beruntung**  
2. **Contoh Kasus Beruntung Keras Beruntung**



PEMERINTAH KOTA BANDUNG  
KECAMATAN SUMUR BANDUNG  
KELURAHAN KEBON PISANG

Alamat : Jl. Sarangsang No.71 Telp. (022) 4237148 Bandung 40112

**SURAT PENGANTAR KETERANGAN DOMICILI PERUSAHAAN**

Nomor : 01 / DP / I / 2016

Lurah Kebon Pisang bersama ini menerangkan bahwa :

Nama : **AOM JUANG WIBOWO S.N**  
No. Identitas : **3273122512830016**  
Tempat & Tgl lahir : **Bandung, 25 Desember 1983**  
Agama : **Islam**  
Pekerjaan : **Wiraswasta**  
Kewarganegaraan : **Indonesia**  
Alamat rumah & Telpn : **Jl. Gumuruh No. 288/133 Bandung**  
Jabatan : **Direktur**

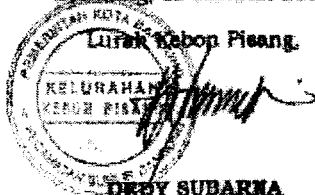
Benar mempunyai perusahaan yang berdomisili dalam wilayah Kelurahan Kebon Pisang Kecamatan Sumur Bandung Kota Bandung, dengan keterangan sebagai berikut :

Nama Perusahaan : **PT. SOLUSI BALAD LUMAMPAH**  
Alamat Kantor : **Wisma Bumiputera Lantai 7 Suite 707**  
**Jl. Asia Afrika No. 141-149 Bandung**  
Telpn Kantor : **022-**  
Akte Pendirian : **Nomor : 14 Tanggal 13 November 2014**  
**Notaris : GINA RISWARA KOSWARA, SH**  
Bergerak Di Bidang : **Perdagangan Umum dan Jasa**  
Jumlah Pegawai : **5 (lima) orang**  
Jam Kerja : **08.00 s/d 17.00 WIB**

Surat Pengantar ini dikeluarkan kepada yang bersangkutan untuk membuat Surat Keterangan Domisili Perusahaan yang dikeluarkan oleh Kecamatan Sumur Bandung.

Demiikian agar yang berkepentingan maklum adanya.

Bandung, 13 Januari 2016





## KARTU REGISTRASI TANDA DAFTAR USAHA PARWISATA

NOMOR	MASA BERLAKU
558/TDUP-0001353DISBUDPAR/2015	06-01-2017

Nama Pemohon : PT. SOLUSI BALAS LAMARAH  
Nama Perusahaan : J.L. ASIA AFFAIRS, 14-149 WISATA KOMPUTER BANDUNG  
Telepon Perusahaan :  
Nama Pimpinan : H. AQM. ILANG WIBOWO S.M.  
Alamat Pimpinan : J.L. COMEYDIH NO. 258/153 BANDUNG  
Bidang Usaha : JASA PERJALANAN WISATA  
Jenis Usaha : BIRO PERJALANAN WISATA  
Nomor TDUP dan Tanggal Waktu Operasional : 558/TDUP-0001353DISBUDPAR/2015, 06-01-2015

Ketentuan yang harus dipenuhi oleh Pemohon :

1. Setiap pemohonan Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP) harus disertai dengan dokumen sebagai berikut:
  - a. Mencairkan biaya pendaftaran dan pemeliharaan obat terlarang serta biaya asuransi lainnya di tempat usahanya;
  - b. Mencairkan jadinya kegiatan perjanjian dan produksi atau pembelian lainnya yang mendukung pemasaran di tempat usahanya;
  - c. Tidak menandatangani Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP) kepada pihak lain dan atau menjual/mengembalikannya bentuk yang bertentangan dengan TDUP yang diberikan tanpa sepengetahuan tertulis dari Pemerintah Kota Bandung.

Bandung, 26 Januari 2015



HERLAS KOBELIYAN SOENADIPALM  
NIP. 19710725 196012 1 001





INSTITUT ILMU AL-QUR'AN (IIQ) JAKARTA

## FAKULTAS SYARI'AH

Jl. Ir. H. Juanda No. 70 (Depan UIN) Ciputat 15419 Telp. (021) 74705154 Fax. (021) 7402703

Website : [www.iiqjkt.com](http://www.iiqjkt.com) - Email : [redaksi@iiqjkt.com](mailto:redaksi@iiqjkt.com)

Nomor : 0452/DFS.B.7/VIII/17

Lamp :

Hal : Permohonan Wawancara

Jakarta, 02 Agustus 2017

Kepada Yth,

PT. SBL (Solusi Balad Lumampah)

di-

Bandung

*Assalamu'alaikum War. Wab.*

Salam silaturahmi kami sampaikan, semoga Bapak dalam menjalankan aktifitas sehari-hari senantiasa mendapatkan bimbingan dan ma'unah Allah SWT. Amin.

Selanjutnya, dalam rangka penyelesaian skripsi mahasiswa Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta Fakultas Syari'ah Jurusan Muamalah (Hukum Ekonomi Islam), kami mohon dengan hormat kiranya Bapak berkenan memberikan waktu untuk wawancara dan sekaligus memberikan data-data kepada mahasiswa:

Nama : Rara Maftuhah

No Pokok : 13110698

Judul Skripsi : Praktek Pemasaran Jasa Umrah dan Haji Plus pada PT. SBL (Solusi Balad Lumampah) dalam Prespektif Fatwa DSN No 75

Demikian surat permohonan ini kami sampaikan, atas perhatian Bapak kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum War. Wab.*



Dekan,  
Muzayyanah, MA