

**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

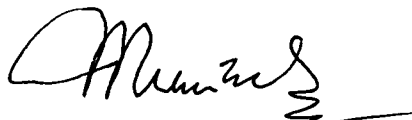
**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Hukum (S.H)**

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


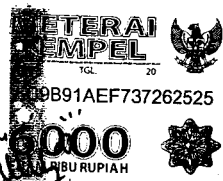
Alamat : Kota Bekasi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul **“Strategi Pemasaran Jasa Umrah dan Haji *Plus* pada Pt. Sbl (Solusi Balad Lumampah) dalam Presfektif 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

DAFTAR PUSTAKA	111
-----------------------------	------------

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:

غَامِلَةٌ 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.¹

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*.²

Manajemen operasional sebagai ilmu sangat dipengaruhi oleh perkembangan dunia usaha. Saat ini salah satu trend dunia usaha menunjukkan 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.³

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

¹ Fatwa DSN-MUI No. 75 Tahun 2009. Tentang PLBS h. 5

² Dorothea Wahyu Ariani, *Manajemen Operasi Jasa*, hal 3

³ 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)⁴

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).⁵

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

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

⁵ 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.⁶ 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.⁷

Philip⁸ dan Duncan: Pemasaran meliputi semua langkah yang digunakan atau dipergunakan untuk menempatkan barang-barang nyata ke tangan konsumen

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

⁷ 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

⁸ 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.⁹

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.¹⁰

Dengan demikian strategi pemasaran merupakan serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan, dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu 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

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

¹⁰ 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 II

KAJIAN TEORI

A. Pemasaran

1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang, dan mendapatkan laba. Berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan bisnis tergantung pada keahlian mereka dibidang pemasaran, produksi, keuangan, maupun bidang lain.

Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial ¹

Beberapa ahli memberikan bermacam-macam definisi tentang pemasaran, antara lain :

- a. Philip² dan Duncan : Pemasaran meliputi semua langkah yang digunakan atau dipergunakan untuk menempatkan barang-barang nyata ke tangan konsumen
- b. P.H Nystrom³ : Pemasaran Meliputi Keseluruhan sistem yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan usaha, yang bertujuan

¹William J. Stanton, *Fundamentals of Marketing*, terj. Menejemen Pemasaran *Modern Liberty*, oleh Irawan Basu swastha (Yogyakarta, 2008) Cet. 13, h, 5

²Philip 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.

³Paul Nystrom Beliau asisten proffesor bidang ekonomi di universitas Minnesota dan akhirnya profesor pemasaran di universitas coloumbia , di mana dia pensiun pada tahun 1950.

merencanakan, menentukan harga, hingga mempromosikan, dan mendistribusikan barang-barang atau jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen.

- c. Menurut Danang Sunyoto: Pemasaran adalah semua kegiatan yang diperlukan untuk mengantar barang-barang mulai dari pintu pagar produsen sampai kedalam batas-batas jangkauan konsumen.⁴

Dari definisi diatas, penulis lebih tertarik dengan definisi William J. Staton, yang intinya ia mengatakan pemasaran adalah bagaimana seseorang mempromosikan barang atau jasa untuk bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan serta kepuasan para konsumen dengan harga yang bisa dijangkau oleh para pembeli.

Pemasaran dapat diterjemahkan sebagai suatu proses sosial dan, manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.⁵

2. Kegiatan Pemasaran

Pada dasarnya manajemen itu terdiri atas perancangan dan pelaksanaan rencana-rencana. Dalam membuat suatu perencanaan, dibutuhkan kemampuan untuk membuat strategi dan rencana. Untuk rencana jangka panjang maka dibutuhkan waktu yang lebih banyak. Sedangkan untuk pelaksanaan rencana tersebut, dia harus mendelegasikan

⁴ Danang sunyoto, *Strategi Pemasaran*, h. 5

⁵ M. Fuad, Christin H. Nurlela, Sugiarto Paulus, Y.E.F (M. Fuad lulus sebagai sarjana ekonomi Universitas Sriwijaya, gelar Master diperoleh dari Universitas Brawijaya, dan sudah menulis Buku-buku tentang bisnis, Christin H. adalah lulusan Master Business of Administration dari Oklahoma City University, dan Dosen di STIE IBII, Nurlela, SE adalah Lulusann Fak. Ekonomi Universitas Bung Hatta, sekarang sebagai Dosen di STIE IBII, IR. Sugiarti M.Sc. adalah lulusan ITB dengan Gelar Master of Biometry), *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006) h, 122

keputusan-keputusannya yang rutin dilakukan setiap hari kepada para bawahan.

secara umum manajemen mempunyai tiga tugas pokok, yaitu :

Mempersiapkan rencana/strategi umum bagi perusahaan, melaksanakan rencana, mengadakan evaluasi, menganalisa dan mengawasi rencana tersebut dalam pelaksanaannya. (untuk mengukur hasil dan penyimpangannya serta untuk mengendalikan aktivitas)⁶

Termasuk fungsi pertama manajemen, yaitu perencanaan (planing), sedangkan tahap terakhir di dalam proses pemasaran ini termasuk dalam tiga fungsi manajemen lainnya, yaitu pengorganisasian (organizing), pengaktualisasi (actualitating) dan pengendalian (controlling), memang, fungsi-fungsi itulah yang dilakukan dalam tahap ini.

Menganalisis kesempatan pasar, mensegmentasi pasar, memilih pasar sasaran, menetapkan positioning sampai merancang kegiatan pemasaran, semuanya merupakan proses perencanaan. Hasilnya adalah sebuah rencana pemasaran yang dituangkan secara tertulis maupun dalam ingatan para pemasar. Setelah rencana terbentuk, maka perusahaan perlu menetapkan siapa, untuk mengerjakan apa. Dengan kata lain, perusahaan perlu membentuk organisasi pemasaran yang bisa mengimplementasikan rencana secara efektif dan efisien.⁷

Kegiatan tersebut direncanakan, diorganisir, dan dikendalikan untuk memenuhi kehendak konsumen, pemilik, penyalur, dan semua pihak yang berkepentingan atas kegiatan perusahaan tersebut.

⁶http://www.ekonomiplanner.com/2014/06/tugas-tugas-manajemen-pemasaran_28.html, diakses pada tanggal 31/07/2017, pukul 16.03

⁷Bilson Simamora (Dosen Pemasaran Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie), *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003), h, 40

Kegiatan Pemasaran tersebut dapat diperinci sebagai kegiatan-kegiatan :

1. Riset pasar.
2. Manajemen produksi.
3. Penetapan Harga.
4. Promosi.
5. Penjualan.
6. Distribusi.⁸

Dapat disederhanakan menjadi empat kegiatan utama yang lazim disebut sebagai 4 P dalam pemasaran .

- 1) Product (produk) ; yang menyangkut pemilihan barang atau jasa yang ditawarkan secara tepat.
- 2) Price (harga); menyangkut penetapan harga jual barang yang sesuai dengan kualitas barang dan dapat dijangkau oleh konsumen.
- 3) Place (tempat) ; menyangkut pemilihan cara pendistribusian barang dan jasa sehingga sampai ke tangan konsumen.
- 4) Promotion (promosi); Promosi adalah bagian dari kegiatan pemasaran yang besar peranannya. Promosi merupakan kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan perusahaan untuk mendorong konsumen membeli produk yang di tawarkan. Promosi juga dikatakan sebagai proses berlanjut karena dapat menimbulkan rangkaian kegiatan perusahaan yang selanjutnya. Karena itu promosi dipandang sebagai arus informasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi agar melakukannya pertukaran dalam pemasaran. Kegiatan dalam promosi ini pada umumnya adalah periklanan,

⁸ J.Warren Keegan (Professor Pemasaran dan Bisnis Internasional dan Direktur Institut Strategi Bisnis Global di Lubin School of Business), *Manajemen Pemasaran Global* diterjemahkan oleh Alexander Sindoro (Jakarta: Prentice-Hal Inc, 1995), Jilid 1, h, 30

personal selling, promosi penjualan, pemasaran langsung serta hubungan masyarakat dan publisitas.⁹

3. Faktor- faktor dalam Sistem Pemasaran

Faktor utama yang menjadi penyebab terjadinya perubahan dalam strategi pemasaran

- a. Siklus daur hidup produk, merupakan tahap pengenalan, tahap pertumbuhan, tahap kedewasaan dan tahap kemunduran.
- b. Tingkat persaingan perusahaan dipasar, dalam hal melakukan strategi pemasaran harus sesuai dengan posisi perusahaan dalam persaingan, apakah memimpin, menantang, mengikuti atau hanya mengambil sebagian kecil dari pasar.
- c. Keadaan ekonomi, strategi pemasaran harus sesuai dengan situasi ekonomi dan pandangan ke depan, apakah ekonomi berada pada situasi makmur atau inflasi.¹⁰

Dua aspek penting dalam proses pemasaran adalah mengembangkan rencana pemasaran dan menentukan tujuan pemasaran. Kegiatan pemasaran terdiri dari kebijakan produk (mengembangkan produk), harga (menetapkan harga), promosi (melakukan promosi), *place* atau tempat (mendistribusikan produk). Dalam pemasaran jasa terdapat 3 unsur tambahan yang melengkapi kegiatan tersebut, yaitu *people* (orang yang menyampaikan jasa), *physical evidence* (faktor-faktor fisik pendukung jasa), serta proses (proses penyampaian jasa).¹¹

⁹M. Fuad, Christin H,Nurlela Sugiarto Paulus,Y.E.F h, 128

¹⁰ <http://definispengertian.net/pengertian-strategi-pemasaran-faktor-dan-macam-macamnya/#>, diakses pada tanggal 30/07/2017, pukul 16.25

¹¹I Gusti Ketut Purnaya,(Lulusan Sarjana Hukum Universitas Mahendradatta dan kini menjadi Dosen tetap PTS Pariwisata Bali International), *Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta:Andi Offset, 2016), h, 135

Dalam sistem pemasaran terdapat beberapa faktor yang saling mempengaruhi tergantung satu sama lain.

1. Organisasi dalam pemasara
2. Sesuatu yang sedang dipasarkan
3. Pasar yang dituju
4. Para perantara (pedagang, agen)
5. Faktor lingkungan dapat berupa demografi, kondisi perekonomian, faktor sosial kebudayaan, kekuatan politik hukum, teknologi dan persaingan).¹²

Oleh sebab itu sistem pemasaran adalah kumpulan lembaga-lembaga yang melakukan tugas pemasaran, barang dan jasa, idea, orang dan faktor-faktor lingkungan yang saling memberikan pengaruh dan membentuk serta mempengaruhi hubungan perusahaan dengan pasarnya.

Sistem pemasaran itu sangat kompleks, apalagi bila termasuk faktor resiko dan ketidakpastian.¹³

4. Proses Umum Pemasaran

Mengenai proses umum pemasaran, beberapa halnya adalah sebagai berikut:

1. Analisis Peluang

Dalam tahap ini ada lima hal yang harus dilakukan oleh perusahaan, yaitu:

- a. Mengawali dengan evaluasi dengan menjalankan riset pemasaran sehingga perusahaan memiliki daftar berbagai aspek pertimbangan pelanggan.

¹²Warren J.Keegan, *Global Marketing Management*, terj.*Manajemen Pemasaran Global*, h,7

¹³Warren J.Keegan, *Global Marketing Management*, terj.*Manajemen Pemasaran Global*, h,8

- b. Informasi seputar perilaku pemasaran yang melingkupinya, tidak terbatas produsen dan konsumen namun juga mencakup distributor, pemasar, pemodal hingga pada pengguna akhir.
- c. Perusahaan juga perlu memahami akan pasar konsumen, yakni siapa pihak yang menggunakan, seberapa besar permintaan yang ada, apa yang menjadi pertimbangan, bagaimana penyaluran hingga pada penilaian pelanggan terhadap keberadaan produknya ditengah maraknya persaingan pasar.
- d. Perusahaan juga perlu berpandangan lebih luas dengan turut menatap pasar dunia usaha.
- e. Perusahaan perlu mengenal pesaingnya, dengan memiliki kemampuan yang dimilikinya untuk memasuki sejumlah pangsa pasar sehingga perusahaan dapat menyiapkan segala bentuk strategi untuk menghadapi gebrakan para pesaingnya.¹⁴

2. Strategi Perusahaan

Pada tahap ini, dibagi menjadi empat tahapan, yaitu :

- a. Perusahaan melakukan bargain positioning terhadap segmen pasar yang telah dipilihnya yakni dengan mempcsisikan penawarannya guna memperjelas posisinya.
- b. Perusahaan akan menghadapi proses pengembangan produk yang terdiri dari pemunculan gagasan, persaingan gagasan, pengembangan, serta pengujian konsep.
- c. Perusahaan harus mengelola strategi produk yang dikembangkan dan dimodifikasi dalam siklus hidup produk.

¹⁴Fandy Tjiptono (Dosen Senior di Sekolah bisnis, Monah University Malaysia), *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2002), edisi 2, h, 3

- d. Perusahaan dihadapkan pada pilihan peranan seperti leadership, tantangan, dan jenis pasar yang beraneka ragam.¹⁵

3. Planning program

Untuk mentransformasikan susunan menjadi program pemasaran perusahaan mesti membuat keputusan dasar mengenai penyaluran, bauran dan alokasi pemasaran yang disesuaikan dalam rencana jangka panjang dan jangka pendek perusahaan.

4. Manajer Pemasaran

Langkah selanjutnya dengan mengelola segala sumber daya pemasaran yang telah ada, yakni melalui realisasi dan evaluasi segala bentuk rencana pemasaran terdapat tiga tugas yang umumnya dijalankan oleh departemen pemasaran yakni: mengkoordinasikan pekerja dari semua staff pemasaran, bekerja sama antara fungsi departemen dengan memilih, melatih, memotivasi dan mengevaluasi para karyawan. Lalu diperlukan sebuah pengendalian atas hal tersebut yang umumnya terdiri menjadi tiga bagian seperti: pengendalian secara tahunan, profitabilitas dan strategis.

Keempat tahap proses di atas merupakan hal lazim yang dilakukan oleh sebuah perusahaan. Karena proses adalah suatu kegiatan yang berkesinambungan dan terjadi sesuai pada teori yang telah ada. Namun beberapa perusahaan mungkin saja menambahkan proses pemasaran lainnya, sesuai kebutuhan mereka atau karena ingin lebih menajamkan pemasaran yang telah ada.

¹⁵ Bambang Hariadi(direkur Marketing PT. TriMitra Jaya, Komisi VII DPR_RI), *Strategi Manajemen Strategi Memenangkan Perang Bisnis*, (Malang: Bayumedia), h. 4-5

5. Macam-Macam Pemasaran

Dalam hal ini kita akan mengetahui tantangan-tantangan pengelolaan yang akan dihadapi suatu organisasi pada saat melakukan pemasaran produk, pemasaran jasa, dan pemasaran perilaku sosial.

a. Pemasaran produk

Banyak produk organisasi yang ditawarkan mempunyai berbagai jenis dan penawaran mereka, yaitu produk, jenis produk, dan bauran produk.

1. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada suatu pasar untuk memuaskan kebutuhan. Kategori objek-objek fisik, jasa, orang, tempat organisasi dan ide-ide. Istilah lain untuk suatu produk adalah penawaran, nilai kemasan atau rangkaian keuntungan.
2. Bauran produk adalah rangkaian jenis produk dan item yang disediakan oleh organisasi tertentu untuk para konsumen.
3. Jenis produk adalah sekumpulan produk dalam suatu bauran produk yang berhubungan erat, baik karena fungsi yang hampir sama, dibuat untuk konsumen yang sama.
4. Item produk adalah suatu unit terpisah dalam suatu jenis produk yang dapat dibedakan menurut ukuran, penampilan, harga, atau atribut lainnya.

Dalam mengembangkan suatu produk untuk ditawarkan kepada pasar, perencanaan produk harus membedakan tiga tingkatan konsep produk, yaitu produk inti, produk nyata, dan produk tambahan.

1. Produk inti

Produk inti terdapat pada hampir semua tingkat dasar dan menjawab pertanyaan. Apa yang sebenarnya dicari konsumen? Kebutuhan apa yang dicari oleh produk tersebut? Tugas pemasaran

adalah mengungkap kebutuhan dasar yang tersembunyi di balik setiap produk sehingga dapat dijabarkan manfaat produk tersebut, bukan hanya keistimewaan-keistimewaannya.

2. Produk nyata

Produk inti dibuat agar dapat ditawarkan kepada para pembeli dalam bentuk yang nyata. Oleh sebab itu pada ibu potensial mencari keluarga berencana karena memberikan keuntungan berupa lebih banyak waktu luang dan kondisi ekonomi yang lebih baik.

Suatu produk nyata mempunyai empat karakteristik, yaitu:

- a. Mempunyai keistimewaan
- b. Mempunyai bentuk khusus
- c. Mempunyai tingkat kualitas tertentu
- d. Mempunyai kemasan khusus

3. Produk tambahan

Pemasar dapat menawarkan kepada pasar sasaran jasa dan keuntungan tambahan yang menyertai produk nyata. Dengan demikian menghasilkan suatu produk tambahan. Organisasi menambah produk-produk nyata mereka untuk memenuhi keinginan tambahan konsumen, agar berbeda dari pesaing atau keduanya. Hasil akhir tergantung pada keuntungan produk tambahan maupun produk nyata.

b. Pemasaran jasa

Industri jasa sangat banyak jumlah dan variasinya. Semua sektor pemerintahan, misalnya pengadilan, jasa pegawai, rumah sakit, agen peminjaman, jasa militer, polisi dan departemen kebakaran, kantor pos, sekolah adalah bisnis jasa. Dan tentu saja, juga merupakan bagian

besar sektor bisnis, misalnya perusahaan penerbangan, bank biro jasa komputer, perusahaan asuransi.

Perlu kita ketahui, bahwa jasa adalah setiap aktivitas atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang tidak tampak dan tidak nyata dalam kepemilikannya. Produksinya mungkin berkaitan atau tidak dengan suatu produk fisik. Disamping itu jasa mempunyai lima karakteristik yang berbeda yang harus mendapatkan perhatian khusus pada saat mendisain program pemasaran jasa, yaitu:

1. Tidak tampak. Jasa tidak tampak sehingga tidak dapat dicicipi, dirasakan, didengar, atau dicium baunya sebelum beli.
2. Tidak terpisahkan. Suatu jasa tidak dapat dipisahkan dari sumber pemberinya pemberian jasa membutuhkan kehadiran pemberi jasa, baik berupa sebuah mesin atau seorang manusia.
3. Bervariasi. Karena jasa berhubungan erat dengan sumbernya, maka variasinya tinggi, tergantung pada pemberi jasa dan saat jasa tersebut diberikan. Perusahaan jasa harus berusaha menjaga kualitas.
4. Tidak tahan lama. jasa tidak dapat disimpan dan ketidaktahanan jasa tidak menjadi masalah jika permintaan tetap karena mudah untuk memberikan jasa dengan baik.
5. Keterlibatan konsumen. Beberapa pertukaran jasa melibatkan konsumen sebagai suatu bagian integral dalam produksi jasa itu sendiri. Oleh sebab itu konsumen memainkan peranan penting dalam hasil akhir dan kualitas pengalaman tersebut.

c. Pemasaran perilaku sosial

Menurut Kotler dan Amstrong¹⁶ pengertian dari pemasaran perilaku sosial adalah disain, implementasi dan kendali program-program yang dirancang untuk memengaruhi perilaku individu dengan cara yang dipercaya oleh pemasaran ada dalam minat-minat individu atau masyarakat. Sebagian besar proporsi dunia nirlaba digunakan untuk mendisain strategi-strategi pemasaran untuk mendapatkan individu-individu, kelompok-kelompok, atau seluruh negara agar mengubah perilaku mereka dengan cara yang dipercaya para pemasar baik untuk pasar sasaran atau masyarakat secara keseluruhan.¹⁷

6. Strategi Pemasaran

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.¹⁸

¹⁶ 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.

¹⁷ Danang sunyoto, *Strategi Pemasaran*, h. 30-33

¹⁸ Freddi Rangkuti (Dosen dan CEO Frai Consulting, Konsultan strategi bisnis dan marketing), *Teknik Membuat Rencana Pemasaran berdasarkan Costumer Values & Analisis Kasus*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002) h, 112

1. Menurut Kotler & Armstrong¹⁹, strategi pemasaran adalah pendekatan pokok yang akan digunakan oleh unit bisnis dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan lebih dulu, didalamnya tercantum keputusan-keputusan pokok mengenai target pasar, penempatan produk di pasar, bauran pemasaran, dan tingkat biaya pemasaran yang diperlukan.²⁰

Dalam memberikan kepuasan sesuai keinginan konsumen, perlu adanya penentuan posisi suatu usaha yang bertujuan untuk memaksimalkan kemampuan yang dimilikinya merupakan suatu hal yang sangat penting bagi keberhasilan perusahaan, karena hal ini yang membedakan dari pesaing. Untuk itu perusahaan melakukan analisis dengan cermat dan teliti tentang keadaan dirinya sendiri serta bagaimana kondisi perusahaan dalam persaingan.²¹

Hal tersebut merupakan aspek yang sangat penting dalam perumusan strategi pemasaran yang dijalani perusahaan. Strategi pemasaran merupakan salah satu bagian yang sangat penting. Di dalam pelaksanaan strategi secara keseluruhan terdapat rencana-rencana tindakan untuk mencapai sasaran perusahaan atau sasaran produk atau pasar. Tindakan tersebut yang akan membantu mencapai tingkat penjualan dan tingkat laba tertentu untuk suatu produk.²²

Disamping mengukur kekuatan dan kelemahan pesaing, harus dipertimbangkan pula ancaman dan peluang yang ada. Ancaman pesaing terus menerus menuntut kita untuk selalu waspada. Kemudian, kita juga

¹⁹ 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.

²⁰ Danang sunyoto, *Strategi Pemasaran*, h. 2

²¹ Handi Utama, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Insan Mandiri, 2001), h. 55

²² Bandi Hartopo, *Pemasaran Terpadu*, (Tangerang: Pustaka Muda, 2008), h. 71

harus mampu merebut peluang-peluang yang ada serta menciptakan peluang baru sebelum dimasuki oleh para pesaing.

Pelaksanaan strategi ini dibagi kedalam :

a. Strategi Produk

Produk dapat memiliki sifat tangible dan intangible. Pengertian produk disini juga termasuk pengertian jasa yang mengikuti produk tersebut.²³

b. Strategi Harga

Strategi penetapan harga untuk produk yang kita hasilkan merupakan salah satu pengambilan keputusan bisnis yang sangat penting. Kita harus menawarkan produk dengan harga sesuai dengan terget market sehingga konsumen mampu dan ingin membeli produk yang kita hasilkan.²⁴

c. Strategi Lokasi dan Distribusi

d. Strategi Promosi²⁵

Dalam mengembangkan strategi pemasaran yang akan dipilihnya, seorang manajer menghadapi sejumlah besar pilihan. Setiap sasaran dapat saja dicapai melalui berbagai cara. Misalnya sasaran seperti meningkatkan hasil penjualan sebesar 9% dapat diraih dengan menaikkan harga jual seluruh unit, meningkatkan volume yang lebih banyak dengan harga jual yang lebih tinggi. Kemudian masing-masing sasaran inipun dapat dicapai

²³ Freddi Rangkuti (Dosen dan CEO Frai Consulting, Konsultan strategi bisnis dan marketing), *Teknik Membuat Rencana Pemasaran berdasarkan Costumer Values & Analisis Kasus*, h, 112

²⁴ Freddi Rangkuti, *Teknik Membuat Rencana Pemasaran berdasarkan Costumer Values & Analisis Kasus*, h, 113

²⁵ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Rajawali Press, 2012), cet. 7, h, 186

manipulasi.⁵⁸ Dengan begitu dapat disimpulkan *gharar* menurut bahasa berarti tipuan yang mengandung kemungkinan besar tidak adanya kerelaan menerimanya ketika diketahui dan ini termasuk memakan harta orang lain secara tidak benar (batil).⁵⁹

Sedangkan *gharar* menurut istilah fikih, mencakup kecurangan (*qisy*), tipuan (*khidaa'*), dan ketidak jelasan pada barang (*jihaaalah*), juga ketidak mampuan untuk menyerahkan barang. Imam asy- Syairazi dari mazhab Syafi'i mengatakan bahwa *gharar* adalah jual beli yang tidak jelas barang dan akibatnya.⁶⁰

Di MLM banyak terdapat unsur *gharar* (spekulatif) atau sesuatu yang tidak ada kejelasan yang diharamkan syariat, karena anggota yang sudah membeli produk tadi , mengharap keuntungan tersebut atau malah merugi.

Usaha untuk mencari keuntungan yang banyak dengan cara bisnis yang curang akhirnya akan menghasilkan sesuatu yang tidak baik, menimbulkan kemudharatan dan kedhaliman. Islam memberikan norma-norma kepada kaum muslimin agar berperilaku dengan jujur dan amanah, tidak seperti kaum munafiqin yang selalu melakukan penipuan dan kelicikan, Allah menempatkan pada neraka yang paling bawah. Sebagai firmanNya An-nisa' [4]:145.

إِنَّ الْمُنَافِقِينَ فِي الدَّرَكِ الْأَسْفَلِ مِنَ النَّارِ وَلَنْ تَجِدَ لَهُمْ نَصِيرًا ﴿١٤٥﴾

“Sesungguhnya orang-orang munafik itu (ditempatkan) pada tingkatan yang paling bawah dari neraka. dan kamu sekali-kali tidak

⁵⁸ Wabah az-Zuhaili, *al-fiqh al islamy wa Adillatuhi*, (Damskus: Darul Fikr,2007)

⁵⁹ *Sabulus salam*, Juz 3, h.15

⁶⁰ Wabah az-Zuhaili, *al-fiqh al islamy wa Adillatuhi*

Ayat-ayat Al-Qur'an di atas sangat jelas dan tegas memerintahkan kepada orang-orang beriman untuk meninggalkan riba dalam bentuk apapun, dan ditanyakan sebagai perbuatan yang amat sangat keji dan merupakan dosa yang sangat besar.

Dalam pembahasan riba ada dua macam: *nasiah* dan *fadh*l. *Riba nasiah* adalah pembayaran lebih yang disyaratkan oleh orang yang meminjamkan. *Riba Fadhl* ialah pertukaran suatu barang dengan barang yang sejenis, tetapi lebih banyak jumlahnya karena orang yang menukarkan mensyaratkan demikian, seperti pertukaran emas dengan emas, padi dengan padi, dan sebagainya. Riba yang dimaksud dalam ayat ini *Riba nasiah* yang berlipat ganda yang umum terjadi dalam masyarakat Arab Zaman jahiliyah dan masa sekarang.

Transaksi dengan sistem MLM dalam bidang jasa banyak mengundang *riba fadh*l, karena anggotanya membayar sejumlah kecil dari hartanya untuk mendapatkan jumlah yang lebih besar darinya, seakan-akan ia menukar uang dengan uang dengan jumlah yang berbeda. Inilah yang disebut dengan *riba fadh*l (ada selisih nilai). Begitu mendapatkan uang penggantiannya tidak secara cash. Sementara produk yang dijual oleh perusahaan kepada konsumen tiada lain hanya sebagai sarana untuk barter uang tersebut dan bukan menjadi tujuan anggota, sehingga keberadaannya tidak berpengaruh dalam hukum transaksi ini.

3. Menghindari gharar (ketidak jelasan kontrak/barang)

Gharar menurut etimologi adanya bahaya, sedangkan *taghriir* adalah memancing terjadinya bahaya. Namun makna asli *gharar* itu adalah sesuatu yang secara zhahir bagus tetapi secara bathin tercela, karena itu kehidupan dunia dinamakan barang yang penuh

"Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), Maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), Maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak Menganiaya dan tidak (pula) dianiaya" (QS. Al-Baqarah ayat [2]:279)

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً وَاتَّقُوا
 اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿٢٧٩﴾

"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan Riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan. (QS. Ali' Imran [3]: 130)

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ
 الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ
 اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا
 سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا
 خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

"orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitun lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya" (QS. Al-Baqarah ayat [2]:275)

قُلْ لَا أَجِدُ فِي مَا أُوحِيَ إِلَيَّ مُحَرَّمًا عَلَى طَاعِمٍ يَطْعَمُهُ إِلَّا أَنْ
يَكُونَ مَيْتَةً أَوْ دَمًا مَّسْفُوحًا أَوْ لَحْمَ خِنْزِيرٍ فَإِنَّهُ رِجْسٌ أَوْ
فِسْقًا أَهْلًا لِّغَيْرِ اللَّهِ بِهِ ۚ فَمَنْ أَضْطَرَّ بِغَيْرِ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَإِنَّ رَبَّكَ
عَفُورٌ رَّحِيمٌ ﴿١٤٥﴾

"Katakanlah: "Tiadalah aku peroleh dalam wahyu yang diwahyukan kepadaKu, sesuatu yang diharamkan bagi orang yang hendak memakannya, kecuali kalau makanan itu bangkai, atau darah yang mengalir atau daging babi - karena Sesungguhnya semua itu kotor - atau binatang yang disembelih atas nama selain Allah. Barangsiapa yang dalam Keadaan terpaksa, sedang Dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, Maka Sesungguhnya Tuhanmu Maha Pengampun lagi Maha Penyayang". (QS. Al-An'am [5]: 145)

Berdasarkan ayat di atas produk yang ditawarkan jelas kehalalannya, sebagai manajemen perusahaan yang bergerak dalam bisnis MLM hendaknya berpegang pada aturan syari'ah. Karena anggota bukan hanya konsumen barang tersebut tetapi juga memasarkan kepada orang lainnya. Sehingga dia harus tahu status barang tersebut dan bertanggung jawab kepada konsumen lainnya.

2. Menghindari segala praktik riba

Riba berarti Az-Ziyadah, tambahan atas modal baik penambahan itu sedikit atau banyak. Allah berfirman dalam (QS. Al-Baqarah ayat [2]:279)

فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۖ وَإِنْ تُبْتِغُوا فَلََكُمْ
رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ﴿٢٧٩﴾

عن رافع بن رفاعه أن رسول الله صلى الله عليه وسلم سل أي الكسب
أطلب؟ قال: عمل الرجل بيده، وكل بيع مبرور. (رواه أحمد
والبرار والطبراني)⁵⁷

"Pekerjaan dengan tangannya sendiri dan semua jual beli yang mabrur." (Riwayat Ahmad, al-Bazzar dan ath-Thabrani)

Berdasarkan penjelasan hadis di atas, seseorang yang berbisnis berkewajiban mengetahui syarat dan rukun jual beli, mana yang diperbolehkan dan mana yang tidak diperbolehkan. Islam memberikan norma-norma yang sangat ketat untuk berbisnis antara lain:

1. Barang yang dijual adalah suci, bermanfaat, milik sendiri, dapat diserahkan

قُلْ مَنْ حَرَّمَ زِينَةَ اللَّهِ الَّتِي أَخْرَجَ لِعِبَادِهِ ۖ وَالطَّيِّبَاتِ مِنَ الرِّزْقِ قُلْ هِيَ
لِلَّذِينَ ءَامَنُوا فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا خَالِصَةً يَوْمَ الْقِيَمَةِ ۚ كَذَٰلِكَ نُفَصِّلُ
الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يَعْلَمُونَ ﴿٣٢﴾

"Katakanlah: "Siapakah yang mengharamkan perhiasan dari Allah yang telah dikeluarkan-Nya untuk hamba-hamba-Nya dan (siapa pulakah yang mengharamkan) rezki yang baik?" Katakanlah: "Semuanya itu (disediakan) bagi orang-orang yang beriman dalam kehidupan dunia, khusus (untuk mereka saja) di hari kiamat." Demikianlah Kami menjelaskan ayat-ayat itu bagi orang-orang yang mengetahui." (QS. Al-A'raf [7]: 32)

⁵⁷ Al-San'any, *Subul al-Salam*, Juz2, h.2.

2. Pembahasan

Masalah mua'alah adalah masalah yang terus berkembang sepanjang zaman, dan banyak transaksi-transaksi yang belum pernah terjadi pada masa Rasulullah. Islam sebagai agama terakhir dan Al-Qur'an sebagai kitab pegangan sepanjang zaman harus mampu merespon setiap perkembangan masyarakat modern.

Dalam mengkaji hukum halal-haramnya MLM dibutuhkan pendekatan yang lebih mendalam. Dimulai dari manajemen perusahaannya, sistem marketingnya, kegiatan operasionalnya serta produk yang dijualnya apakah sesuai dengan prinsip dalam syariah. Hal ini untuk menghindari kesalahan penilaian suatu bisnis yang menilai hanya berdasarkan satu sisi kegiatan operasionalnya saja tanpa menilai sistemnya secara keseluruhan.

Islam menganjurkan kepada umatnya agar dalam segala aktivitas bisnisnya didasarkan pada hal-hal yang tidak menimbulkan keraguan (jelas kehalalannya) sebagaimana sabda Rasulullah SAW.

عن علي رضي الله عنه، أن النبي صلى الله عليه وسلم قال: إن الله تعالى يحب أن يرى عبده يسعى في طلب الحلال. (رواه الطبراني والدينى)⁵⁵

"Sesungguhnya Allah suka kalau Dia melihat hambaNya berusaha mencari barang halal." (Riwayat ath-Thabrani dan ad-Dailami)

عن أنس بن مالك رضي الله عنه، أن رسول الله صلى الله عليه وسلم قال : طلب الحلال واجب على كل مسلم. (رواه الطبراني)⁵⁶

"Mencari sesuatu yang halal hukumnya wajib bagi setiap orang muslim." (Riwayat Ath-Thabrani)

⁵⁵ Muhammad ibn Ismaa'il Al-Bukhari, *Shahih al-Bukhari*, (Beirut: Daar al-Ihya' al-Turaas, Juz 11,)h. 185

⁵⁶ Al-San'any, *Subul al-Salam*, (Cairo: Dar al Eadie, 2004), Juz 2, h. 649.

sejumlah uang pendaftaran, disertai dengan pembelian produk tertentu agar *member* tersebut mempunyai point, dan kadang tanpa pembelian produk. Dalam hal ini, perolehan point menjadi sangat penting, karena kadangkala suatu perusahaan *multilevel marketing* menjadikan point sebagai ukuran besar kecilnya bonus yang diperoleh. Point tersebut bisa dihitung berdasarkan pembelian langsung, atau tidak langsung. Pembelian langsung biasanya dilakukan oleh masing-masing *member*, sedangkan pembelian tidak langsung biasanya dilakukan oleh jaringan *member* tersebut. Dari sini, kemudian ada istilah bonus pembelian barang, dan bonus jaringan. Karena dua kelebihan inilah biasanya bisnis *multilevel marketing* ini diminati banyak kalangan. Ditambah dengan potongan harga yang tidak diberikan kepada orang yang tidak menjadi *member*.⁵⁴

Dalam pandangan ekonomi, Multi Level Marketing (MLM) merupakan suatu metode pemasaran yang dilakukan melalui banyak level atau tingkatan, yang biasanya dikenal dengan istilah *up-line* (tingkat atas) dan *down line* (tingkat bawah). *Up-line* dan *down-line* umumnya mencerminkan hubungan pada dua level yang berbeda atas dan bawah, maka seseorang disebut *Up-line* jika mempunyai *down-line* baik satu maupun lebih. *Dari sudut pandang fikih muamalah hukum MLM, "pada dasarnya bermuamalah hukumnya boleh, sehingga ada dalil yang mengharamkannya"*. Indikasi keharaman antara lainnya adanya *riba'* (sistem bunga/pegandaan uang), *ghoror* (penipuan), *dhoror* (merugikan atau mendzalimi pihak lain) dan menghindari perjudian (*spekulasi/maysir*).

⁵⁴Abdurrahman Hafidz & Abdurrahman Yahya, *Bisnis dan Muamalah Kontemporer*, Cet 2 h, 113

dengan bentuk jaringannya, antara satu perusahaan dengan yang lain, mempunyai aturan dan mekanisme yang berbeda, ada yang vertikal, dan horisontal. Misalnya, *Gold Quest* dari satu orang yang disebut TCO (tracking centre owner), untuk mendapatkan bonus dari perusahaan, dia harus mempunyai jaringan 5 orang sebelah kanan, dan 5 orang sebelah kiri, sehingga baru disebut satu level. Kemudian disambung dengan level-level berikutnya hingga sampai pada titik level tertentu ke bawah yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Masing-masing level tersebut kemudian mendapatkan bonus (komisi) sesuai dengan ketentuan yang dibuat oleh perusahaan yang bersangkutan meski perusahaan ini tidak disebut dengan istilah *multilevel marketing*, namun diakui atau tidak sejatinya praktek yang digunakan adalah praktek *multilevel marketing*.⁵²

Multi Level Marketing dilakukan dengan proses penggandaan. Perekrutan ribuan anggota bukan dilakukan oleh sendiri. Hanya perlu merekrut sekurang-kurangnya enam orang. Dari enam orang ini akan menjadi 36, 36 menjadi 216 orang, dan 216 berganda kembali menjadi 1.296 orang. Proses penggandaan anggota tidak dilakukan oleh sendiri. Pengendalian ini dilakukan oleh *downline* melalui proses duplikasi atau menurut *upline*. Merekrut enam orang dan akan terus berkembang dengan sendirinya melalui proses duplikasi sampai akhirnya menjadi 1.296 orang.⁵³

Untuk masuk dalam jaringan bisnis pemasaran seperti ini, biasanya setiap orang harus menjadi member (anggota jaringan) ada yang diistilahkan dengan sebutan distributor, kadangkala *membership* tersebut dilakukan dengan mengisi formulir *membership* dengan membayar

⁵² Abdurrahman Hafidz & Abdurrahman Yahya, *Bisnis dan Muamalah Kontemporer*, (Bogor: Al Azhar freshzone publishing, 2015) Cet 2 h, 112

⁵³ M. Rozani PC, *The Mind Teraphy for MLM Sukses Merangkai Gurita Bisnis Paling Luas dan Menguntungkan*, (Jakarta: PT Mizan Publika, 2006) h, 8

distributor, yang tugas pokoknya adalah melakukan penjualan dan memperbesar jaringan dibawahnya.⁵⁰

MLM adalah pemasaran yang dilakukan beberapa orang dengan sistem berjenjang (terdiri dari beberapa tingkatan level). Beberapa orang ini disebut member, sales representatif, atau konsultan. Mereka terdaftar sebagai member(anggota) perusahaan MLM tanpa terikat waktu kerja.

Multilevel Marketing (MLM) atau Sistem Networking adalah penjualan secara bertingkat dari distributor mandiri yang memiliki peluang untuk mendapatkan penghasilan dalam dua cara.

Pertama, penjualan produk langsung ke konsumen, Distributor mendapat keuntungan atas dasar perbedaan atau selisih antara harga distributor dan harga konsumen.

Kedua, distributor bisa menerima potongan harga atas dasar jumlah produk/jasa yang dibeli oleh anggota kelompok bisnis untuk penjualan atau pemakaian, termasuk jumlah penjualan pribadi.⁵¹

Multilevel Marketing secara harfiah adalah pemasaran yang dilakukan melalui banyak level atau tingkatan, yang biasanya dikenal dengan istilah *up line* (tingkat atas) dan *down line* (tingkat bawah). *Up line* dan umumnya *Down line* mencerminkan hubungan pada dua level yang berbeda, atas dan bawah, maka seseorang disebut *up line* jika mempunyai *down line*, baik satu maupun lebih. Bisnis yang menggunakan sistem *multilevel marketin* gini memang digerakkan dengan jaringan yang terdiri dari *up line* dan *down line*. Meski, masing-masing perusahaan dan pebisnisnya menyebut dengan istilah yang berbeda-beda. Demikian juga

⁵⁰Pindi Kisata, (Bapak Pindi Kisata merupakan lulusan Universitas Bina Nusantara, pendiri perusahaan International Network, Founder dan CEO IN Group), (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006) h, 3

⁵¹Supriadi Yosup Boni(Direktur Utama PT Awsath Mandiri Utama, Founding fathers GinanFiveNet yang merupakan para insan bisnis jaringan yang memiliki integritas), *Apa Salah MLM ? Sanggahan 22 Pengharaman MLM*, (Jakarta: Pustaka Al Kautsar, 2017) Cet.1 h, 112

dalam MLM ini pun menjadi sangat tergantung seperti apa anatomi MLM tersebut.

Dalam kamus Inggris-Indonesia yang disusun oleh John M. Echols, *multilevel* berarti bersusun atau bertingkat-tingkat, dan marketing berarti pemasaran, perdagangan atau belanja. Maka dapat diambil pengertian bahwa *multilevel marketing* adalah pemasaran yang berjenjang atau bertingkat-tingkat.⁴⁹

1. Pengertian MLM

a. Bisnis Pemasaran Berjenjang atau Multi Level Marketing (MLM)

Berdasarkan penelusuran terhadap tulisan terkait MLM, ditemukan berbagai persepsi dan pengertian, baik dari kalangan akademisi, profesional, maupun praktisi MLM. Berikut ini beberapa di antaranya:

Pemasaran berjenjang yang dalam bahasa Inggris disebut Multi Level Marketing (MLM) adalah strategi pemasaran dimana tenaga penjual (sales) tidak hanya mendapatkan kompensasi atas penjualan yang mereka hasilkan, tetapi juga atas hasil penjualan sales lain yang mereka rekrut. Tenaga penjualan yang direkrut tersebut dikenal dengan anggota "*downline*".

b. Multi Level Marketing atau MLM

MLM adalah singkatan dari Multi Level Marketing, biasa juga disebut Network Marketing (NM) atau direct selling atau pemasaran berjenjang ini adalah sebuah bisnis yang menggunakan strategi jaringan dalam memasarkan jaringannya. Biasanya orang bergabung disebut

⁴⁹ John M. Echols dan Hasan Shadily, *Kamus Inggris-Indonesia*, terj. English Indonesia Dictionary, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka utama, 1996) Cet. Ke-4 ,h. 33

k. Tawaf Wada'

Tawaf Wada' ialah tawaf terakhir, yang dilakukan oleh seseorang pada saat hendak meninggalkan kota Mekkah menuju tanah airnya.⁴⁸

Dari pengertian diatas dapat diambil kesimpulan Umrah dan haji itu adalah berkunjung ke Baitullah (Ka'bah) untuk beribadah kepada Allah dengan syarat-syarat dan rukun-rukun serta beberapa kewajiban tertentu dalam waktu tertentu.

C. Definisi MLM

Disini bisa diartikan bahwa Multi Level Marketing yaitu suatu Bisnis Pemasaran yang sistemnya bercabang, mempunyai ranting-ranting yang disebut anggota (member). Member disini bertugas mencari dan merekrut orang lain dan kemudian menjadi anggota dibawahnya, kegiatan itu berlangsung terus menerus maka kemudian menjadi suatu susunan yang besar. ini sangat membuat masyarakat tertarik karena adanya bonus bagi member yang telah merekrut orang. Semakin banyak jaringan semakin pula banyak bonus yang ia dapatkan. Hal ini sangat penting untuk di lihat baik buruknya, dengan demikian, Dewan Syariah pun akhirnya mengeluarkan Fatwa guna meluruskan kegiatan tersebut agar sesuai dengan Syariat yang benar.

Multi Level Marketing (MLM) dalam kajian fikih masuk dalam pembahasan Fikih Mu'amalah atau Bab Buyu' (perdagangan). Sistem pemasaran MLM itu sesungguhnya sangat beragam sekali. Dan didalam keberagamannya itu, bisa saja satu sama lain saling berbeda dan bertentangan dengan syarat dan rukun jual beli. Maka pandangan syari'ah

⁴⁸ Ahmad Thib Raya, Dkk., *Menyelami Seluk-Beluk Ibadah Islam*, h.251-252

sedangkan bagi jamaah yang mengambil nafar tsani, pelontaran dilakukan pada tanggal 10,11,12, dan 13 Zulhijjah. Yang dilontar pada tanggal 10 zulhijjah hanyalah jumrah Aqabah, dan yang dilontar pada tanggal 11,12 dan 13 zulhijjah adalah tiga jamrah, yaitu jamrah ula, wustha, dan aqabah.

i. Mencukur atau Memotong Rambut

Mencukur yaitu memotong semua rambut sehingga kepala menjadi gundul atau memotong rambut sampai pendek, tidak sampai gundul. Lebih afdhal bagi laki-laki untuk mencukur gundul. Bagi kaum wanita, cukup di potong beberapa helai saja, tidak di cukur gundul atau di cukur pendek. Mencukur dapat dilakukan di Mina setelah melontar jamrah Aqabah, bagi mereka byang langsung ke Mina dari Arafah, atau dilakukan di Mekkah setelah melakukan tawaf ifadah dan sa'i bagi mereka yang langsung ke Mekkah dan Arafah.

Setelah mencukur, seseorang secara otomatis sudah berada dalam keadaan tahallul awwal. Ini berarti bahwa mencukur itu hanya di lakukan sekali saja, yaitu setelah melontar jamrah Aqabah atau setelah melakukan Tawaf dan Sa'i. Seseorang d. pandang berada dalam keadaan tahallul tsani apabila telah melakukan melontar jamrah Aqabah, mencukur, melakukan tawaf, dan sa'i tanpa harus mencukur lagi kedua kalinya.

j. Menyambelih (berkurban)

Menyembelih kurban dilakukan sesudah melontar jumrah Aqabah. Kegiatan ini dapat dilakukan sesudah mencukur atau sebelum melontar jamrah.

hingga terbit fajar.yang dimaksud dengan mabit disini ialah bermalam (menginap), atau menginjak kan kaki di areal Muzhdalifah, atau cukup di atas mobil (baik dalam keadaan tidur terjaga).

Seseorang dapat saja memasuki Muzhdalifah mulai maghrib. Dalam keadaan demikian ia melakukan shalat fardhu dalam keadaan jamak-qashar. Seseorang harus meninggalkan Muzhdalifah sebelum terbit matahari pada tanggal 10 Zulhijjah, untuk menuju Mina untuk melontar jumrah Aqabah dan mencukur (untuk *tahallul awwal*), kemudian ke Mekkah untuk melakukan tawaf dan sa'i (untuk *tahallul tsani*), atau menuju Mekkah untuk melakukan tawaf, sa'i, dan mencukur (untuk *tahallul awwal*), lalu ke Mina untuk melontar jamrah aqabah (untuk *tahallul tsani*).

g. Mabit Mina

Mabit yaitu berada di suatu tempat pada malam hari. Mabit di Mina berarti berada di Mina pada malam hari. Yang dimaksud dengan Mabit di Mina ialah menginap di Mina, bukan hanya sekedar berada di Mina dalam waktu beberapa saat lamanya, tetapi betul-betul harus menginap, atau berada di Mina mulai dari terbenam matahari sampai dengan tengah malam. Mabit di Mina dilakukan selama 2 malam (bagi mereka yang mengambil *nafar awwal*), atau 3 malam (bagi mereka yang melakukan *nafar tsani*).⁴⁷

h. Melontar Jamrah

Jamrah ada 3, yaitu jamrah ula, wustha, dan aqabah. Melontar jamrah berarti melontar jamrah ula, wustha, dan aqabah, dengan ini menggunakan 7 kerikil untuk setiap jumrah. Bagi jamaah yang mengambil nafar awwal, pelontaran dilakukan pada tanggal 10,11, dan 12 Zulhijjah,

⁴⁷ Ahmad Thib Raya, Dkk., *Menyelami Seluk-Beluk Ibadah Islam*, h.250

d. Sa'i antara Safa dan Marwah

Sa'i ialah melakukan perjalanan sebanyak 7 kali antara Safa dan Marwah. Sa'i itu di mulai dari Safa dan berakhir di Marwah. Perjalanan yang dilakukan antara Safa dan Marwah dihitung satu kali, dan antara Marwah dan Safa dihitung satu kali.

e. Wukuf di Arafah

Wukuf artinya berada di suatu tempat tertentu beberapa saat lamanya di tempat tertentu. Wukuf di Arafah berarti berada di Arafah beberapa saat lamanya. Yang penting wukuf di Arafah adalah keberadaan seseorang beberapa saat lamanya di areal Arafah pada waktu wukuf. Ada dua cara yang dapat dilakukan untuk memasuki Arafah, yaitu:

1. dari Makkah

2. dari Mina

- a. Dari Makkah dilakukan oleh mereka yang langsung Arafah tanpa wukuf di Mina pada hari *Tarwiyah*, malam ke-8 Hijriyah.
- b. Dari Mina, dilakukan oleh mereka yang ada pada malam ke-8 terlebih dahulu menginap di Mina.

Hal yang terakhir ini disunatkan dalam rangkaian ibadah haji. Selama di Arafah, shalat fardhu dilakukan dengan jamak-qashar.⁴⁶

f. Mabrit di Muzdalifah

Muzdalifah adalah tempat antara Arafah dan Mina. Mabrit di Muzdalifah ialah berada di Muzdalifah mulai tengah malam tanggal 10 Zulhijjah

⁴⁶ Ahmad Thib Raya, Dkk., *Menyelami Seluk-Beluk Ibadah Islam*, h.248-249

Memasuki Mekkah dan memasuki Masjidil Haram untuk melakukan tawaf. Memasuki Mekkah boleh dari arah manapun, demikian juga memasuki Ka'bah boleh dari pintu mana pun.⁴⁵

c. Tawaf

Tawaf dilakukan sebanyak 7 kali putaran. Tawaf dimulai dan berakhir di Rukun Aswad, yaitu garis coklat yang bergaris lurus dengan arah Hajar Aswad. Tawaf ada 3 macam, yaitu:

1. tawaf *qudum*
2. tawaf *ifadlah*
3. tawaf *wada'*

- 1)Tawaf *qudum*, yaitu tawaf yang dilakukan pada saat pertama berada di Ka'bah. Tawaf ini dilakukan oleh mereka yang berniat melakukan haji ifrad dan qiran. Seseorang yang melakukan umrah, maka tawaf umrahnya itu termasuk tawaf *qudum*.
- 2)Tawaf *ifadah*, yaitu tawaf haji yang dilakukan setelah wukuf di Arafah. Tawaf ini harus dilakukan setelah melakukan wukuf. Tawaf ini tidak boleh dilakukan sebelum wukuf di Arafah.
- 3)Tawaf *wada'*, yaitu tawaf haji yang dilakukan beberapa saat sebelum pulang ke tanah air meninggalkan Ka'bah. Tawaf ini di pandang sebagai tawaf untuk menyatakan bahwa seseorang akan segera meninggalkan Ka'bah.

⁴⁵ Ahmad Thib Raya, Dkk., *Menyelami Seluk-Beluk Ibadah Islam*, (Bogor : Prenada Media, 2003) h.247

haji ifrad. Maksudnya melakukan amalan-amalan haji, kemudian melakukan umrah mufradah setelah amalan-amalan haji itu. Dan lebih utama adalah mengulangi haji lagi pada tahun yang akan datang.

2. Tata Cara Haji

a. Ihram di Miqad

Ihram di Miqad yaitu berniat melakukan haji di Miqad. Niat melakukan ibadah haji adalah sebagai berikut:

نَوَيْتُ الْحَجَّ وَأَحْرَمْتُ بِهِ لِلَّهِ تَعَالَى

"Aku berniat melakukan ibadah haji dalam keadaan berihram karena Allah Swt." Lafadz niat yang lainnya :

لَبَّيْكَ اللَّهُمَّ حَجًّا

"Aku memenuhi panggilan-Mu: Ya Allah lakukanlah haji."

Seseorang yang melakukan badal haji, juga harus berniat ihram di Miqad.

Niatnya ialah:

نَوَيْتُ الْحَجَّ عَنْ فُلَانٍ وَأَحْرَمْتُ بِهِ لِلَّهِ تَعَالَى

"Aku berniat melakukan badal haji untuk si anu dalam keadaan berihram karena Allah Ta'ala."

b. Memasuki Mekkah dan memasuki Masjidil Haram

dan hajinya tetap sah. Boleh menoleh ke kanan, ke kiri, ke belakang ketika pergi dan pulang(kembali).

Orang yang menambah lebih tujuh kali dengan sengaja, maka sa'i-nya dianggap batal, tetapi tidak batal kalau lupa. Apabila ragu-ragu dalam jumlah maka sa'inya tetap dianggap sah, dan tidak diwajibkan sesuatu apa-apa baginya.

Kalau ia ragu apakah ia memulai dari shafa, yang berarti sa'i-nya sah, atau mulai dari yang lain yang menjadikan sa'i-nya batal, maka hal ini perlu diperhatikan: kalau orang yang ragu tersebut dalam hal jumlah dan bilangan, tidak mengetahui berapa kali ia melakukannya maka sa'inya batal. Tapi kalau ia benar-benar mengetahui berapa kali ia telah berjalan dan hanya ragu darimana ia memulai, maka kalau jumlah yang dilakukannya itu genap apakah dua kali, empat kali, atau enam kali dan ia sedang berada di shafa atau sedang menghadap ke shafa, maka sa'i-nya sah karena ia mengetahui bahwa ia telah memulai dari shafa.⁴⁴

d. Tahallul

Menurut pendapat imamiyah kalau orang yang melakukan umroh tamattu' telah selesai bersa'i, ia harus menggunting rambutnya, namun tidak boleh mencukurnya. Bila ia telah memotongnya, maka apa yang diharamkan baginya telah menjadi halal. Tapi kalau telah mencukurnya, maka ia harus membayar kifarah berupa seekor kambing. Tapi kalau berumroh mufrodah, maka ia boleh memilih antara menggunting atau mencukur, baik ia mengeluarkan kurban atau tidak.

Tetapi kalau meninggalkan menggunting rambut itu dengan sengaja sedangkan ia bertujuan untuk melakukan haji tamattu' dan berihram sebelum menggunting rambut, maka umrahnya batal. Ia wajib melakukan

⁴⁴ Muhammad Jawwad Mughniyah, *Fiqh Lima Mazhab*, h. 322.

2. Tawaf ziarah.

Tawaf ini juga dinamakan tawaf ifadhah. Tawaf ini dilakukan oleh orang yang haji(bukan orang yang umrah)setelah melaksanakan manasik di mina, dinamakan tawaf ziarah karena meninggalkan mina dan menziarahi baitullah. Tapi juga dinamakan tawaf ifadhah karena ia telah kembali dari mina ke mekkah.

3. Tawaf wada`

Tawaf ini merupakan perbuatan yang terakhir yang dilakukan oleh orang yang haji ketika hendak melakukan perjalanan meninggalkan mekkah.

c. Sa`i

Ulama` sepakat bahwa sa`i dilakukan setelah tawaf. Orang yang melakukan sa`i sebelum tawaf maka ia harus mengulangi lagi(ia harus bertawaf kemudian melakukan sa`i).

Terdapat hal-hal yang disunnahkan bagi orang yang sedang melakukan sa`i diantaranya :

1. Disunnahkan menaiki bukit shafa dan marwah serta berdo'a diatas kedua bukit tersebut sekehendak hatinya, baik masalah agama maupun dalam masalah dunia sambil menghadap ke baitullah
2. Melambaikan tangan ke hajar aswad
3. minum air zam-zam
4. menuangkan sebagian air ke tubuh
5. keluar dari pintu yang tidak berhadapan dengan hajar aswad
6. Naik ke bukit shafa, menghadap ruknul iraqi, berhenti lama di shafa, dan bertakbir kepada Allah sebanyak tujuh kali.

Barang siapa yang tidak mampu melakukan sa`i walau dengan mengendarai kendaraan, maka hendaklah meminta orang untuk mewakilinya,

3. Memakai pakaian ihram.

Para ulama madzhab sepakat bahwa lelaki yang ihram tidak boleh memakai pakaian yang terjahit, dan tidak pula kain sarung, juga tidak boleh memakai baju dan celana, dan tidak boleh pula yang menutupi kepala dan wajahnya.

Kalau perempuan harus memakai penutup kepalanya, dan membuka wajahnya kecuali kalau takut dilihat lelaki dengan ragu-ragu. Perempuan tidak boleh memakai sarung tangan, tetapi boleh memakai sutera dan sepatu.⁴²

Hal-hal yang disunnahkan pada waktu hendak ihram:

- a. Membersihkan badan
- b. Memotong kuku
- c. Mencukur
- d. Melakukan shalat ihram
- e. Melebatkan rambut
- f. Memakai wangi-wangian.⁴³

b. Tawaf

Tawaf merupakan salah satu dari rukun umrah yang wajib dilaksanakan, adapun mengenai pembagiannya, ulama membagi menjadi tiga bagian, yaitu:

1. Tawaf qudum.

Tawaf ini dilakukan oleh orang-orang yang jauh (bukan orang mekkah dan sekitarnya) ketika memasuki mekkah. tawaf ini menyerupai sholat dua rakaat tahiyatul masjid. Tawaf ini hukumnya sunnah, dan yang meninggalkannya tidak dikenakan apa-apa.

⁴² Muhammad Jawwad Mughniyah, *Fiqh Lima Mazhab*, (Jakarta; Basrie Press, 1994), h. 290-292.

⁴³ Muhammad Jawwad Mughniyah, *Fiqh Lima Mazhab*, h. 285.

khushuk dalam menjalankan. Tentu saja mulai dari diri anda juga harus dipenuhi dengan keikhlasan dan rasa bersyukur tinggi pada Allah swt.

Manfaat dari ibadah haji umroh ini sangat baik terutama untuk mendekatkan diri kepada sang pencipta. Dengan ini anda akan merasakan apa artinya berjuang dan berkorban dan berusaha menuju jalan yang lebih baik.⁴¹

4. Mekanisme Umroh dan Haji

1. Tata Cara Umrah

a. Ihram

Bagi orang yang hendak beribadah umrah, maka ia wajib melakukan ihram krena hal tersebut bagian dari rukun umrah.

Kewajiban-kewajiban ihram.

Dalam ihram ada tiga hal yang wajib dilakukan yaitu:

1. Niat

sebagai motivasi dari perbuatan, dan niat merupakan hakikat dari perbuatan tersebut. Dengan kata lain jika berihram dalam keadaan lupa atau main-main tanpa niat maka ihramnya batal.

2. Taibiyah

Lafadz talbiyah adalah:

"labbaikallahumma labbaika, la syarika laka labbaika, innal hamda wan ni`mata laka wal mulka la syarika laka".

Waktu membaca talbiyah bagi orang yang berihram, dimulai dari waktu ihram dan disunnahkan untuk membaca terus sampai melempar jumrah `aqobah.

⁴¹ <https://manfaat.co.id/manfaat-umroh>

3. Manfaat haji dan umroh

a. Diberkahi oleh Allah

Orang-orang yang melakukan Ibadan haji umroh akan senantiasa diberikahi oleh Allah swt sesuai dengan ucapan Rasulullah yang berbunyi “mereka yang datang dan melaksanakan Ibadan haji umroh di makkah maka mereka itu adalah para tamu Allah, karena mereka mendatangi rumah-Nya dan memenuhi panggilan-Nya. Oleh karena itu, Allah Ta’ala akan mengabulkan doa mereka”. Allah sangat menyenangkan orang yang bertamu ke rumah Allah atau baitullah mekkah. Jadi bagi orang yang melaksanakan ibadah haji umroh akan mendapatkan balasan dikabulkan doanya. Tentu saja anda harus berdoa dengan khusuk dan ikhlas supaya bisa dikabulkan.

b. Penebus dosa

Ibadah haji umroh juga bisa menjadi salah satu media penebus dosa, hal ini seperti sabda rasulullah “sekali umroh merupakan penebus dosa yang telah dilakukan hingga umroh berikutnya”, jadi bagi anda yang ingin menebus dosa atau bertaubat bisa dengan cara melakukan ibadah haji umroh.

c. Dijanjikan mati syahid

Nabi Muhammad juga pernah berkata demikian “bagi siapapun yang bermaksud melaksanakan haji atau umroh namun wafat dalam perjalanannya maka Allah akan memberikannya surge tanpa pengadilan. Allah berbangga pada mereka yang melaksanakan tawaf di baitullah.” Jadi bagi anda yang melaksanakan ibadah haji atau umroh harus senantiasa memiliki hati yang ikhlas terutama saat terjadi musibah meninggal dunia karena sejatinya Allah swt sedang menghadiahkan surga pada orang tersebut.

d. Umrah saat puasa

Ibadah haji umroh sangat dianjurkan dan lebih baik dilakukan pada saat bulan puasa. Bulan puasa merupakan bulan penuh rahmat dan pahala sehingga melaksanakan umroh di bulan ramadhan akan melipatgandakan pahala bagi yang melaksanakannya. Umroh saat bulan ramadhan akan lebih meningkatkan keimanan karena lebih

hal yang penting untuk memudahkan para jamaah melaksanakan kegiatan ibadah. Letak penginapan jamaah haji plus lebih dekat dengan Masjidil Haram, sehingga lebih mudah untuk sholat berjamaah maupun ibadah lainnya di sana. Sedangkan jamaah haji reguler, biasanya menginap di penginapan yang agak jauh dari Masjidil Haram. Hal ini tentu merepotkan, terutama bagi jamaah yang berusia lanjut.

Selain penginapan, masalah konsumsi dan akomodasi juga memiliki perbedaan. Jamaah haji plus sudah disediakan konsumsi dan kendaraan, sehingga tidak perlu mencari sendiri selama berada di tanah suci. Berbeda dengan haji reguler yang kebutuhan akomodasi dan konsumsi harus mencari sendiri selama 20 hari.

Para jamaah haji reguler ini biasanya mencukupi kebutuhan konsumsi dengan membeli di rumah makan maupun katering, atau bisa juga memasak sendiri di penginapan. Hanya sekitar 10 hari saja kebutuhan akomodasi dan konsumsi disediakan penyelenggara. Keistimewaan jamaah haji plus lainnya adalah koordinasi kelompok yang lebih teratur. Hal ini dikarenakan, pembimbing atau ketua kelompok rombongan lebih mudah mengatur jamaah yang jumlahnya tidak terlalu banyak. Sedangkan bagi jamaah haji reguler, anggotanya sangat banyak dan sulit untuk diatur. Bahkan tidak jarang ada yang terpisah dari rombongan. Namun jika anda ingin daftar haji plus, maka anda harus menyediakan biaya yang lebih banyak dibanding haji reguler. Bisa dibilang pengeluaran biaya haji plus dua kali lipat dibanding dengan haji reguler.⁴⁰

⁴⁰ <http://alhijazindowisata.net/2/ARTIKEL/9/Inilah-Pengertian-Haji-ONH-Plus-dan-Cara-Pendaftarannya/daftar-peserta-haji-plus-2017.html>

Indonesia, gelar haji secara sosiologis juga merupakan status sosial. Para penyandanginya tidak hanya dipandang memiliki kemampuan ekonomi, tidak jarang bahkan dipandang sebagai '*alim*', yaitu seseorang yang memiliki kemampuan dalam bidang ilmu keagamaan. Oleh karena itulah, sebagaimana disebutkan dalam sebuah penelitian, gelar haji seringkali muncul sebagai modal agama yang memiliki kekuatan dan legitimasi dalam arena pertarungan dilingkungan komunitas, baik di wilayah pedesaan maupun perkotaan, dan dijadikan sebagai alat strategis dalam upaya memperoleh pengakuan sosial (M.Amin Akkas 2005).³⁹

Adapun pengertian *Haji ONH plus* atau *Haji Plus* merupakan pelaksanaan ibadah haji secara khusus sehingga jamaah lebih mendapat keistimewaan secara teknis dibanding dengan haji reguler. Jamaah haji plus memiliki kelebihan pada masa tunggu keberangkatan yang lebih cepat, fasilitas seperti penginapan, akomodasi dan konsumsi sudah tersedia, serta koordinasi kelompok yang lebih teratur. Seperti yang kita ketahui, bahwa tidak sedikit calon jamaah yang menunggu lama untuk melaksanakan ibadah haji. Mereka bisa puluhan tahun baru bisa berangkat ke tanah suci karena mendaftar haji reguler. Namun jika anda daftar haji plus, anda hanya perlu menunggu maksimal 5 tahun saja. Para jamaah haji plus sudah dipastikan mendapatkan nomor urut keberangkatan secara resmi. Kemudian para jamaah tinggal menunggu tanggal keberangkatan.

Keistimewaan haji plus yang kedua adalah fasilitas yang tersedia. Para jamaah tidak perlu khawatir masalah fasilitas seperti penginapan, akomodasi, serta konsumsi. Karena semua sudah disediakan oleh pihak penyelenggara, para jamaah tinggal menikmati saja. Penginapan merupakan

³⁹ Muhammad M. Basyuni, *Reformasi Manajemen Haji*, Jakarta, FDK Press, 2008, h.

Para ahli fiqh lainnya juga berpendapat bahwa Haji adalah mengunjungi tempat-tempat tertentu dengan perilaku tertentu pada waktu tertentu.³⁸

Ibadah haji adalah salah satu rukun Islam dan hukumnya adalah fardu 'ain dan diwajibkan sekali seumur hidup bagi orang-orang yang mampu, sebagaimana bunyi firman Allah berikut ini:

Al Imron ayat 97 buku 6

فِيهِ ءَايَاتٌ بَيِّنَاتٌ مَّقَامُ إِبْرَاهِيمَ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ ءَامِنًا وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنْ أَسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ



padanya terdapat tanda-tanda yang nyata, (di antaranya) maqam Ibrahim[215]; Barangsiapa memasukinya (Baitullah itu) menjadi amanlah dia; mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, Yaitu, (bagi) orang yang sanggup Mengadakan perjalanan ke Baitullah. Barangsiapa mengingkari (kewajiban haji), Maka Sesungguhnya Allah Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam.

Ibadah haji merupakan rukun Islam kelima. Kepada kaum Muslimin, Allah SWT menjanjikan surga sebagai pahala bagi para haji *mabrur*. Tidak berlebihan jika dengan menunaikan Ibadah haji, seorang Muslim merasa telah menyempurnakan agamanya. Dalam konteks masyarakat Muslim

³⁸ Abdul Aziz Muhammad Azam & Abdul Wahhab Sayyed Hawwas, *fiqh ibadah*, (Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2009), h.482.

Masy'ar Al-Haram. Di sebut *Al-Masy'ar Al-Haram* karena penuh dengan kesucian Ilahi. Ritualnya dimulai dari niat di *miqat*, ihram selama haji berlangsung, tawaf di Baitullah, sa'i diantara bukit Shafa dan Marwah, wukuf di Arafah, *mabit* (bermalam) di Mina dan Muzdalifah, melontar *jumrah* di mina, dan *tahallul* di akhirnya.³⁷

Haji adalah berkunjung ke Baitullah (Ka'bah) untuk beribadah kepada Allah SWT dengan syarat-syarat dan rukun-rukun serta beberapa kewajiban tertentu dan dilaksanakan dalam waktu tertentu. Haji merupakan rukun Islam ke lima. Secara hukum, ibadah haji wajib dilakukan sekali seumur hidup oleh setiap muslim yang memiliki kesanggupan. Akan tetapi bagi mereka yang bernazar haji, seperti ibadah-ibadah lainnya, adalah secara ikhlas menyembah Allah SWT, memperhambakan diri kepada-Nya, dan mematuhi perintah-Nya. Bagi umat muslim, perjalanan ibadah haji tidak sekedar perjalanan ibadah fisik. Akan tetapi juga merupakan perjalanan spiritual yang dapat memberi pencerahan keagamaan bagi umat muslim yang menjalaninya. Perjalanan haji dan umrah juga merupakan perjalanan sosial-budaya karena dalam dalam perjalanan ini jemaah bertemu dengan umat muslim dari negara lain yang memiliki karakter budaya berbeda.

Adapun menurut istilah, kalangan ahli fiqh mengartikan bahwa Haji adalah niatan datang ke Baitullah untuk menunaikan ritual ibadah tertentu. Ibnu Al-Humam mengartikan bahwa Haji adalah pergi menuju Baitul Haram untuk menunaikan aktivitas tertentu pada waktu tertentu.

³⁷ Muhammad Najmuddin Zuhdi & Muh. Lukman Arifin, *125 Masalah Haji* h. 115

Arti kata haji secara (bahasa) adalah berziarah, berkunjung, atau berwisata suci. Mekkah adalah kota terbaik di muka bumi dan kota yang paling dicintai Nabi Muhammad SAW (*Musnad Imam Ahmad*, 4/13; *Sunan Al-Tirmidzi*, No. 3295; *Sunan Ibn Majah*, No. 3168). Keutamaan yang menunjukkan betapa besar energi Ilahi di kawasan Ka'bah sebagaimana dikatakan Rasulullah SAW adalah jika seorang muslim shalat di Masjidil Haram, maka pahalanya lebih baik dan berlipat sampai 100.000 kali jika dibandingkan dengan shalat di tempat lain. Sementara mereka yang shalat di Masjid Nabawi di Kota Madinah dilipatgandakan sampai 1000 kali lipat (*Shahih Al-Bukhari*, No. 1190; *Shahih Muslim*, No. 1394). Wajar saja jika seluruh umat Islam memiliki keinginan mendatangi Tanah Suci dan melaksanakan Ibadah Haji untuk menyempurnakan keislamannya. Dengan demikian, Ibadah Haji adalah rukun puncak dalam Islam.

Ibnu Manzhur dalam *Lisan Al-Arab* menyebutkan bahwa "haji" secara bahasa berarti "tujuan". Kemudian, penggunaan kata ini menjadi lebih khusus untuk setiap perjalanan yang bertujuan ke Mekkah guna melaksanakan ibadah (Muhammad bin Makram Ibnu Manzhur Al Ifriqi, Al Mishri, *Lisan Al-Arab*, 9/778). Dalam istilah fiqih, Haji memiliki makna perjalanan seseorang ke Ka'bah guna menjalankan ritual-ritual ibadah haji dengan cara dan waktu yang telah ditentukan (Sulaiman Al Bujairami, *Hasyiah Al Bujairami Ala Al-Minhaj*, 6/10). Menurut Imam As Syafi'i, bulan-bulan haji adalah syawal, Dzulqadah, dan 10 hari pada permulaan Dzulhijjah. Dalam arti, niat haji seseorang harus ada di dalam bulan-bulan tersebut. Pekerjaan yang diniatinya menjadi ibadah umrah jika tidak di dalam bulan itu. Masa pelaksanaan haji adalah beberapa hari dibulan Dzulhijjah. Sedang tempat pelaksanaannya adalah Mekkah, Arafah, Mina dan Muzdalifah yang semuanya berada dalam kawasan *Al-*

ma'mur) dalam bahasa Indonesia. Makmur dalam bahasa Indonesia itu juga satu akar kata dengan 'umrah.

Selain itu kata 'umrah dan *ma'mur* juga bisa diasosiasikan dengan perkataan *ta'mir*, takmir masjid misalnya. Di Indonesia orang menggunakan istilah takmir itu artinya juga meramaikan. Jadi takmir masjid adalah lembaga atau badan yang bertanggung-jawab untuk membuat masjid itu ramai dan sejahtera. Meskipun begitu, tentu saja dibalik perkataan 'umrah itu ada makna-makna yang jauh lebih mendalam daripada sekadar meramaikan. Sebab, yang kita ramaikan atau yang kita umrahi itu adalah tempat-tempat suci yang menurut istilah Al-Qur'an disebut *syahadah* 'I-Lah (monumen-monumen Allah). Yaitu Ka'bah itu sendiri, *maqam* Nabi Ibrahim, dan Shafa-Marwah.³⁵

2. Pengertian Haji dan Haji Plus

Membahas mengenai tentang haji, dapat ditinjau dari segi etimologi bahwa ibadah Haji terdiri dari kata "Hajj", yaitu menyengaja suatu perbuatan. Sedangkan secara terminologi makna haji yaitu berkunjung ke Baitullah (Ka'bah) untuk melakukan amalan antara lain: wukuf, thawaf, sa'i dan amalan lainnya pada masa tertentu, demi memenuhi panggilan Allah SWT dan mengharap ridha-Nya. Ibadah haji merupakan rukun islam yang ke lima. Allah SWT menjanjikan surga kepada kaum muslimin sebagai pahala bagi para haji mabrur. Maka tidak berlebihan jika dengan menunaikan ibadah haji seorang muslim merasa telah menyempurnakan agamanya³⁶

³⁵ Nurcholish Madjid, *Perjalanan Religius 'Umrah Dan Haji*, (Jakarta: Paramida, 1997) h. 3-4.

³⁶ Nashir ibn Musfir az-Zahrani, *Indahnya Ibadah Haji* (Jakarta: Qisthi press, 2007), h.7

sepanjang umur. Sedangkan, secara syar'i umrah berarti menyengaja datang ka Ka'bah untuk melaksanakan ihram dari miqat yang telah ditentukan, diteruskan dengan tawaf-sa'i dan tahallul, yaitu mencukur rambut seluruhnya atau memotong minimal tiga helai.

Para ulama berbeda pendapat tentang hal-hal yang termasuk dalam rukun umrah. Di antara perbedaan para ulama tersebut adalah sebagai berikut.

- a. Malikiah dan Hanabillah menyatakan bahwa rukun umrah ada tiga, yaitu ihram, tawaf, dan sa'i dari Bukit Shafa menuju Bukit Marwah.
- b. Syafi'iyah menambahkan dua rukun lagi sehingga menjadi lima, yaitu ihram, tawaf, sa'i, tahallul, dan tertib.
- c. Hanafiyah berpendapat bahwa umrah itu hanya mempunyai satu rukun, yaitu melaksanakan sebagian besar dari tawaf dengan cukup melaksanakan empat kali putaran dari tujuh putaran. Menurut Hanafiyah, ihram termasuk syarat sahnya umrah, bukan rukun umrah. Sedangkan sa'i adalah wajib umrah. Maksud wajib umrah adalah apabila sengaja ditinggalkan, umrahnya tetap sah, namun ia harus membayar dam. Demikian pula dengan tahallul. Tahallul adalah wajib umrah, bukan rukun umrah.

Dari ketiga pendapat tersebut, umat Islam banyak mengikuti pendapat kedua yakni pendapat Imam Syafi' dengan melaksanakan ihram, tawaf, sa'i, tahallul, dan tertib.³⁴

Perkataan '*Umrah*' yang disebutkan sebagai meramaikan itu sebetulnya sama artinya dengan makmur (diambil dari bahasa Arab:

³⁴ Muhammad Najmuddin Zuhdi & Muh. Lukman Arifin, *125 Masalah Haji* (Solo : Penerbit Tiga Serangkai, 2008) h. 107

Maksudnya, jangan mengkhianati apa-apa yang telah disepakati dalam bisnis. Rasulullah SAW sangat menekankan pentingnya integritas dalam menjalankan bisnis apalagi seorang pemasar yang katanya menjadi “ujung Tombak” dan menjadi seorang patron *performace* perusahaan dimata customer.

Dari pengertian diatas dapat diambil kesimpulan strategi pemasaran adalah dapat dinyatakan sebagai dasar tindakan yang mengarah pada kegiatan atau usaha pemasaran, dari suatu perusahaan, dalam kondisi persaingan dan lingkungan yang selalu berubah agar dapat mencapai tujuan yang diharapkan .

B. Bisnis Umrah Dan Haji

1. Pengertian Umrah

Umrah secara bahasa berasal dari bahasa Arab yaitu *الاعتماد* yang bermakna *الزيارة* (berpergian).³¹ Sedangkan pengertian umrah dalam terminologi ilmu fiqih adalah berpergian menuju ke *baitullah* untuk melaksanakan serangkaian ibadah umrah, yakni *tawaf* dan *sa'i*.³² Atau dengan kata lain datang ke *baitullah* untuk melaksanakan umrah dengan syarat-syarat yang telah ditentukan.³³

Ibnu Hajar dalam kitab *fathul Bari* menyatakan bahwa umrah artinya memakmurkan Masjidil Haram. Sedangkan, Abu Malik Kamal Ibnu AS-Sayyid Salim dalam kitab *Shahih Fiqh As-Sunnah* menyatakan bahwa arti umrah secara bahasa berkunjung, yaitu menyengaja pergi ke tempat yang ramai. Disebut dengan umrah karena ibadah itu dapat dilaksanakan

³¹ Sayyid Sabiq juz 1, *fiqh al-Sunnah*, (Beirut; Dar al-Fikr, 2008), h. 436.

³² Wahbah Zuhailiy, *Fiqh al-Islam wa Adillatuhu*, (Beirut; Dar al-fikr, 1985), h. 9.

³³ M. Abdurachman Rachimi, *Segala Hal Tentang Haji dan Umrah*, (Jakarta; Erlangga 2012), h. 26.

melakukan segmentasi pasar (segmenting), penentuan terget pasar (targeting), dan positioning.²⁸

Strategi pemasaran meliputi segmentasi pasar dan pembidikan pasar, strategi produk, strategi harga, strategi tempat dan strategi promosi. Untuk pemasaran produk konsumen, variabel segmentasi utama adalah segmentasi geografis, segmentasi demografis, segmentasi psikografi, segmentasi prilaku dan segmentasi manfaat.²⁹

Pada dasarnya Islam sangat menghargai mekanisme dalam perdagangan. Penghargaan tersebut berangkat dari ketentuan Allah SWT, bahwa peniagaan harus dilakukan secara baik dan dengan rasa suka sama suka sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur'an:³⁰

QS. Annisa ayat 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ

تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

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

²⁸Serian Wijatno (Presiden Direktur PT Adira Quntum Multifinance di Bank Danamon, Komisaris PT Adira Quantum, Direktur Utama PT Taruma Bhakti Medika), *Pengantar Enterpreunership*, (Jakarta:Grasindo,2009) h,172

²⁹M. Suyanto (Entrepreneur, Dosen STMIK AMIKOM Yogyakarta). *Strategi ManagementGlobal Most Admired Companies*, (Yogyakarta:Andi Offset, 2007) h, 147

³⁰ Jasmaliani, *Bisnis Berbasis Syari'ah*, (Jakarta: Bumi Akasara, 2008),h. 2

1. Meningkatkan kesediaan untuk membeli

Kesediaan membeli dapat ditingkatkan dengan memperlihatkan manfaat-manfaat yang sudah ada produk. Pendekatan ini biasanya perlu dalam pemasaran bentuk produk baru.

2. Meningkatkan kemampuan membeli

Kemampuan membeli dapat ditingkatkan dengan menawarkan harga yang lebih rendah atau kredit, atau dengan mempertinggi kemudahan mendapatkan produk (dengan memperbanyak distributor, mempersering pengiriman, atau mengurangi tingkat kehabisan persediaan).

- b. Menaikkan jumlah pembelian

Jika manajer tertarik untuk mendapatkan pertumbuhan yang lebih cepat dalam pasar yang lesu tetapi sudah matang, strategi pemasaran dapat ditujukan kearah peningkatan kesediaan untuk lebih sering atau lebih banyak, dengan menggunakan salah satu dari pendekatan-pendekatan (Gultinan & Gordon) berikut:

1. Meluaskan penggunaan produk
2. Meningkatkan jumlah konsumsi produk
3. Mendorong penggantian karena rancang ulang produk²⁷

Aktivitas pemasaran diperlukan baik oleh perusahaan yang baru diluncurkan maupun perusahaan yang telah berjalan. Pemasaran merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu perusahaan karena itu pemasaran selalu memperoleh posisi tentang dan dipandang sebagai jantung suatu perusahaan. Tanpa pemasaran, suatu perusahaan akan seperti kehilangan dorongan untuk bertahan dan bersaing yang selanjutnya membawa perusahaan menuju titik kemunduran, bahkan kekalahan dalam persaingan. Pembahasan akan dimulai dengan bagaimana perusahaan

²⁷ Danang sunyoto, *Strategi Pemasaran*, h. 5-8

dengan berbagai cara lagi. Seluruh volume penjualan dapat ditingkatkan dengan mempercepat tingkat pertumbuhan pasar dan atau bagian pasar.²⁶

Dalam strategi pemasaran terdapat dua kebutuhan, yaitu kebutuhan, yaitu kebutuhan primer dan kebutuhan selektif. Kebutuhan primer adalah kebutuhan akan bentuk atau kelas produk atau jasa dasar. Sedangkan kebutuhan selektif adalah kebutuhan akan produk atau merek perusahaan tertentu. Dalam manfaat kedua kebutuhan tersebut, bagi perusahaan dapat menggunakan strategi, yaitu strategi kebutuhan primer dan strategi kebutuhan selektif.

1. Strategi Kebutuhan Primer

Menurut Gultinan dan Gordon, strategi kebutuhan primer dirancang terutama untuk menaikkan tingkat permintaan akan bentuk atau kelas produk dari bukan pemakai yang sekarang dan dari pemakai yang sekarang. Produk- produk pada tahap introduksi dalam siklus hidup bentuk produk serta produk- produk dengan bagian pasar yang besar kemungkinan besar akan mendapatkan manfaat dari strategi yang dirancang untuk meningkatkan jumlah pemakai bentuk produk. Ada dua pendekatan strategis yang mendasar untuk merangsang kebutuhan primer, yaitu meningkatkan jumlah pemakai, dan menaikkan jumlah pembelian.

a. Meningkatkan jumlah pemakai

Untuk meningkatkan jumlah pemakai perusahaan harus memperbesar kesediaan pelanggan untuk membeli produk atau jasa atau kedua-duanya.

²⁶ Danang sunyoto, *Strategi Pemasaran*, h. 2-3

akan mendapat seorang penolongpun bagi mereka”(QS. An-Nisa’ [4]:145)

4. Menghindari perjudian (spekulasi/*maysir*)

Maisir secara bahasa adalah lunak, tunduk, keharusan, mudah gampang kaya dan membegi-bagi. Makna ini sesuai kenyataan adanya keharusan bagi siapa yang kalah dalam bermain *maisir* untuk menyerahkan sesuatu yang dipertaruhkan kepada pihak yang menang.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَمُ رِجْسٌ

مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿٩٠﴾

“Hai orang-orang yang beriman, Sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah Termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan” (QS. Al-Maidah [5]:90)

Bisnis dengan cara MLM terdapat unsur perjudian, karena seseorang ketika membeli salah satu produk yang ditawarkan, sebenarnya banyak yang niatnya bukan karena ingin memanfaatkan atau memakai produk tersebut, tetapi dia membelinya sekedar sebagai sarana untuk mendapatkan point yang nilainya jauh lebih besar dari harga barang tersebut. Sedangkan nilai yang diharapkan tersebut belum tentu ia dapatkan.

5. Menghindari kezaliman

Prinsip tidak saling menzalimi, untung dan rugi merupakan sesuatu yang niscaya dalam perdangan atau segala bentuk kegiatan ekonomi. Secara fitrah setiap manusia ingin selalu memperoleh keuntungan dalam usahanya, sebagaimana ia juga tidak mau dirugikan. Jika demikian, maka seharusnya setiap manusia juga tidak boleh merugikan pihak lain atas nama apapun. Disinilah islam

meletakkan prinsip-prinsip muamalah agar tidak ada yang dirugikan atau merugikan, sebagai firman Allah dalam QS. Al-Baqarah [2]: 279

لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ

“kamu tidak Menganiyaya dan tidak (pula) dianiyaya” (QS. Al-Baqarah [2]: 279)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٨﴾

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

di dalam MLM terdapat hal-hal yang bertentangan dengan kaidah umum jual beli, seperti kaidah *Al Ghunmu bi al Ghurmi*, yang artinya bahwa keuntungan itu sesuai dengan tenaga yang dikeluarkan atau resiko yang dihadapinya. Fakta lain yang terjadi dalam beberapa MLM adalah adanya penerimaan bonus oleh *up line*, sebagai imbalan atas prestasi *down line*-nya. Ini terjadi karena rusaknya akad *ju'alah* terjadi dalam MLM, sehingga pihak *up line* menikmati suatu kemanfaatan yang bukan dari usahanya sendiri. Prestasi yang dilakukan *down line* akan secara otomatis mengakibatkan keuntungan *up line*-nya. Padahal bisa jadi, antara *up line* dan *down line* tidak saling kenal dan tidak tahu aktivitasnya. Apalagi bagi *up line* yang *down line*-nya sudah banyak, dia bisa sama

sekali mengenal *down line*-nya. Tiba-tiba sudah untung dan bonusnya terus bertambah, seiring bertambahnya *down line* dan prestasi yang dilakukan *down line*.

6. Terjadinya Samsara (Calo/Makelar)

نهی رسول الله صلى الله عليه وسلم عن بيعتين في بيعة⁶¹

“Nabi shallallaahu ‘alaihi wasallam telah melarang dua pembelian dalam satu pembelian. (HRTirmidzi, Nasai dan Ahmad)

Imam Syafi’i *rahimahullah* berkata tentang hadis ini, sebagaimana dinukil Imam Tirmidzi, yaitu jika seseorang mengatakan ,’ Aku menjual rumahku kepadamu dengan harga sekian dengan syarat kamu harus menjual budakmu kepadaku dengan harga sekian. Jika budakmu sudah menjadi milikku berarti rumahku juga menjadi milikmu’

Perbedaan mendasar antara MLM dan *Samsarah*:

- a. *Samsarah* (calo/makelar), untuk menjadi perantara tidak disyaratkan harus membeli produk terlebih dahulu. Sedangkan untuk menjadi anggota MLM diharuskan membeli produk. Ini termasuk dalam larangan Nabi *shallallahu ‘alaihi wasallam*, dua jual beli dalam satu jual beli, yaitu untuk bisa memasarkan barang dia harus melakukan (1 akad ijarah) dan dia harus membeli barang (1 akad ba’i)
- b. *Samsarah* (calo/makelar), perantara (agen) mendapat imbalan dalam setiap barang yang dijualnya kepada siapa pun. Sedang dalam MLM, seseorang mendapat bonus jika menjual barang kepada dua orang kemudian dua orang itu menjual barang lagi

⁶¹ *Sunan Tirmizi*, (Beirut, Dar al Kutub al Ilmiyah), Juz: 3, h. 533

kepada dua orang, dan seterusnya. Jika persyaratan ini tidak terpenuhi maka bonus tidak akan didapat.

- c. Samsarah (calo/makelar), upah yang diterima oleh perantara jelas jumlahnya baik dengan cara persentase harga barang ataupun dengan cara penetapan. Sedangkan MLM Upah (bonus) yang akan diterima oleh penjual produk MLM tidak jelas dan ini termasuk garar (spekulasi)

7. Terjadi akad *ji'alah*

ji'alah (mengupah) itu termasuk salah satu jenis akad yang hukumnya *jaiz* (dibolehkan) yaitu jenis akad untuk suatu manfaat materi yang diduga kuat dapat diperoleh. Misalkan orang yang menji'alahkan sesuatu pekerjaan, dapat mengembalikan barang yang hilang, menggali sumur sampai ada airnya, menyembuhkan orang yang sakit sampai sembuh.

Landasan hukumnya adalah Firman Allah surat Yusuf ayat 72.

قَالُوا نَفَقْدُ صَوَاعَ الْمَلِكِ وَلِمَنْ جَاءَ بِهِ حِمْلُ بَعِيرٍ وَأَنَا بِهِ زَعِيمٌ



“ *penyeru-penyeru itu berkata: "Kami kehilangan piala Raja, dan siapa yang dapat mengembalikannya akan memperoleh bahan makanan (seberat) beban unta, dan aku menjamin terhadapnya".*

Dalam kaitan *ji'alah* ini oleh sebagian ulama ada yang membolehkan, tetapi sebagian yang lain ada pula yang mengharamkannya. Perbedaan pandangan ini dapat diterima, karena

praktek *ji'alah* tidak sama dengan pelaksanaan akad *ijarah* yang murni merupakan upah tanpa ada unsur untung-untungan.⁶²

Kemudian dalam fatwanya, Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia(DSN-MUI) menyebutkan bahwa penjualan langsung berjenjang adalah cara penjualan barang-barang atau jasa melalui jaringan pemasaran yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha kepada sejumlah perorangan atau badan usaha lainnya secara berturut-turut.⁶³

Disini Bisa Diartikan Bahwa Multi Level Marketing Yaitu suatu Bisnis Pemasaran yang sistemnya bercabang, mempunyai ranting-ranting yang disebut Anggota (member). Member disini bertugas mencari dan merekrut orang lain dan kemudian menjadi anggota dibawahnya, kegiatan itu berlangsung terus menerus maka kemudian menjadi suatu susunan yang besar. ini sangat membuat masyarakat tertarik karena adanya bonus bagi member yang telah merekrut orang. Semakin banyak jaringan semakin pula banyak bonus yang ia dapatkan. Hal ini sangat penting untuk di lihat baik buruknya, maka dari itu Dewan Syariah pun ahirnya mengeluarkan Fatwa guna meluruskan kegiatan tersebut agar sesuai dengan Syariat yang benar.

2. Jenis dan Bentuk MLM

Pengelompokan bisnis MLM dapat dilakukan berdasarkan :

Pertama : Produk. Artinya pembagian bisnis MLM dilakukan berdasarkan ada dan tidaknya produk sebagai objek jualan. Terkait hal ini, bisnis MLM terbagi dua , yaitu :

⁶² Ibn Hazm, *al-Muhallah*, Dar al-Fikr, tt, Juz V, h. 204

⁶³ DSN MUI, *Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI*, (Jakarta : Gaung Persana Press,2010),Jilid 2, h,245.

- a. Bisnis MLM berbasis produk . Jenis ini banyak dijumpai di sekitar kita dan sekaligus jadi gambaran pertama yang terbetik saat mendengar kata MLM.
- b. Bisnis MLM non produk. Jenis ini lebih dikenal dengan istilah *Ponzi Schame* atau *Piramida Ponzi* atau *Money Game*.⁶⁴

Kedua : Susunan Jaringan. Maksudnya pengelompokkan dilakukan berdasarkan susunan jaringan . Dalam hal ini, bisnis MLM dibagi menjadi dua juga, yakni :

- a. “MLM matahari” atau MLM murni. Yaitu bisnis MLM yang tidak membatasi bangunan dan susunan jaringan seperti halnya matahari.
- b. “MLM non matahari” . Bisnis MLM yang membatasi bangunan dan susunan jaringan. Jumlahnya bermacam-macam, ada yang hanya dua jaringan (*binary system*) , tiga jaringan (*threenary system*), dan empat jaringan (*fournary system*), dan lainnya.

Ketiga: Sistem pembonusan. Pengelompokkan dilakukan berdasarkan sistem dan dasar pembonusan. Dalam hal ini, bisnis MLM terbagi menjadi tiga, yakni :

- 1) Bisnis MLM yang sistem pembonusannya berdasarkan penjualan produk semata, baik personal sales maupun group sales. Sistem ini lebih banyak dijumpai dalam bisnis “MLM matahari”.
- 2) Bisnis MLM yang sistem pembonusannya berdasarkan perkembangan jaringan semata. Sistem ini lebih banyak dijumpai dalam MLM non matahari, utamanya *binary system*.⁶⁵

⁶⁴Supriadi Yosup Boni, *Apa Salah MLM ? Sanggahan 22 Pengharaman MLM* , Cet.1, h, 124

⁶⁵Supriadi Yosup Boni, *Apa Salah MLM ? Sanggahan 22 Pengharaman MLM* , Cet.1, h, 125

3. Persyaratan Perusahaan Multilevel Marketing

a. Persyaratan Perusahaan

Perusahaan yang menjalankan pemasarannya dengan sistem Multi Level Marketing bisa digunakan oleh siapa pun untuk mendapatkan uang dalam jumlah tertentu. Ketika bergabung dalam sebuah perusahaan MLM maka posisi kita adalah sebagai mitra perusahaan tersebut untuk membangun jaringan pemakai dan melakukan pemasaran. Biasannya menawarkan sistem komisi dan bonus yang sangat menggiurkan.

Setiap perusahaan, termasuk MLM akan dicatat dalam lembaran negara setelah dokumen standar dilengkapi, yaitu Akta Pendirian oleh Notaris, SKDP (Surat Izin Usaha Perdagangan) dan TDP (Tanda Daftar Perusahaan).

Hanya saja, menurut peraturan perundang – undangan yang berlaku, sebuah perusahaan MLM dianggap sah dan legal menjalankan kegiatan usahanya setelah mengantongi izin khusus yakni; SIUPL (Surat Izin Usaha Penjualan Langsung Berjenjang) yang awalnya bernama IUPB (Izin Usaha Penjualan Berjenjang). Tanpa SIUP, perusahaan MLM dianggap ilegal.⁶⁶

Satu hal yang perlu diperhatikan ketika bergabung dalam sebuah perusahaan MLM adalah penguasaan produk dan penguasaan sistem. Biasannya akan lebih mudah menjual peroduknya jika merupakan pengguna dari produk tersebut. Harga dari produk tersebut tentunya harus diperhatikan dengan baik, jangan sampai tujuan dalam hal ini adalah mencari modal tetapi uang jutru digunakan untuk membeli produk dari perusahaan tersebut.

⁶⁶Supriadi Yosup Boni, Apa Salah MLM ? Sanggahan 22 Pengharaman MLM , Cet.1, h, 124

Penguasaan sistem juga harus dikuasai, pada umumnya kita akan mendapatkan bonus jika kita berhasil membuat jaringan dan juga memenuhi poin tertentu. Disini anggota atau member hanya mitra dari perusahaan MLM, tujuannya yaitu mencari modal. Kedudukan perusahaan MLM adalah yang paling kaya ,bukanlah leader leader yang terlebih dahulu bergabung.⁶⁷

Dalam hal ini siapapun bisa mendirikan Perusahaan MLM, atau bergabung dalam Perusahaan MLM untuk menjadi mitra , untuk membangun jaringan ,melakukan pemasaran dan akan mendapatkan komisi/ bonus tertentu. Dalam hal ini pun pihak perusahaan harus memperhatikan aturan yang berlaku, dan harus mempunyai ijin melakukan Pemasaran. Bukan semena-mena mendirikan perusahaan untuk mencari keuntungan semata.

- b. Perusahaan yang ingin memasarkan produknya dengan strategi MLM sebaiknya memperhatikan hal-hal berikut:
 1. Produk yang ditawarkan bersifat khas. Sekarang ini banyak sekali perusahaan yang mana berkedok sebagai bisnis MLM tanpa adanya menjual sebuah produk, mereka hanya menjual sistem dengan istilah-istilah yang tak masuk akal. Sebagai contoh-A membantu-B, hal ini sangatlah aneh dan sangatlah tidak masuk akal. Yang seperti ini sudah dapat dipastikan bukan MLM melainkan investasi bodong semata.sebuah bisnis MLM mempunyai sebuah ciri akan menjual produk dengan mutu dan kualitas yang baik dengan harga yang sepadan. Ciri produk MLM murni adalah produk yang mempunyai kualitas atau mutu baik, produk-produk yang dijual akan bermanfaat

⁶⁷Joko Salim, (Pembicara Financial Motivation Owner www.emas100persen.com dan www.sekolahinvestasi.com , Penulis Buku Bidang Investasi), *Mau Bisnis? Baca Buku Ini*, (Jakarta:PT Elex Media Komputindo, 2010) h, 62

dan dibutuhkan oleh banyak kalangan, produknya juga mendapatkan respon yang baik dari masyarakat, dan tentunya harga yang ditawarkan masuk akal. Apabila kita temui produk MLM yang tak sesuai dengan hal tersebut, mungkin akan lebih baik kita tinggalkan.⁶⁸

2. Bersifat eksklusif. Konsumen yang menggunakan produk tersebut merasa mendapatkan nilai lebih dibandingkan menggunakan produk lain yang sejenis. Konsumen merasa dihargai karena diperlakukan secara khusus oleh para distributor yaitu dengan pendekatan personal.
3. Kebal terhadap fluktuasi ekonomi. Produk yang ditawarkan oleh perusahaan MLM hendaknya kebal terhadap krisis atau resesi ekonomi seperti sekarang ini. Pada saat perusahaan-perusahaan lain menaikkan harga karena dampak krisis ekonomi, maka produk-produk yang dijual dengan strategi MLM sebaiknya tidak terlalu menaikkan harga atau justru dijual dengan harga dibawah harga dari produk-produk lain yang sejenis. Misalnya perusahaan Amway Indonesia (AI) dan PT. CNI hanya menaikkan harga sekitar 40%, sedangkan PT. Avon Indonesia meanaikkan harga berkisar antara 5% sampai dengan 10%. Mereka berusaha untuk tidak bereaksi terhadap fluktuasi harga, sehingga harga produk relatif terjangkau oleh konsumen⁶⁹
4. Mempunyai diferensiasi yang mencolok. Diferensiasi merupakan usaha untuk membedakan produk perusahaan dari produk pesaing dalam suatu sifat yang membuatnya lebih diinginkan, serta memiliki karakteristik unik yang dianggap bernilai bagi konsumen. Sebuah produk dapat diferensiasikan dengan banyak cara, misalnya dengan rancangannya yang unik, kemasannya yang unik dan mereknya yang

⁶⁸<http://rocketmanajemen.com/mlm/>, diakses pada tanggal 29/7/2017, pukul 11.49

⁶⁹Dyah Hasto Palupi, " *Untung Berjenjang Bebas Krisis*", Swasembada, Tahun XIV, Nomor 13, (1998) h, 64

unik⁷⁰. Perusahaan yang menggunakan strategi MLM sebaiknya menawarkan produk yang dapat dibedakan dengan produk-produk pesaing yang ada di pasaran. Bentuk diferensiasi yang dilakukan oleh Tianshi misalnya, telah mengembangkan riset dan teknologi dengan membangun pusat penelitian dan laboratorium untuk menggabungkan teknologi modern bidang biologi dengan inti perawatan kesehatan dalam kebudayaan Cina yang telah berusia 5000 tahun. Produk-produk unggulannya telah mendapatkan pengakuan internasional dan sertifikat dari FDA Amerika Serikat.⁷¹

5. Harga relatif terjangkau. Di Indonesia kebanyakan produk-produk yang ditawarkan dengan strategi MLM adalah produk impor. Sistem MLM bertingkat dengan pembagian keuntungan berjenjang membutuhkan margin keuntungan yang besar dari penjualan setiap produk. Mungkin harga dasar produksi produk mlm tersebut sangat jauh lebih rendah dari harga yang ditawarkan kepada konsumen akhir. Karena mungkin sebagian besar keuntungan penjualan dibagi-bagi untuk perusahaan dan anggota upline yang berada di atas kita.
6. Jangan mudah percaya jika ada yang bilang harga produk MLM lebih murah dari produk tanpa sistem MLM. Justru sistem MLM butuh insentif besar untuk membiayai anggotanya. Produk yang dijual biasanya yang unik yang tidak dijual di pasaran agar konsumen tidak tahu harga yang seharusnya jika produk itu dijual melalui sistem pasar. Sebaiknya anda hati-hati pada produk MLM yang ditetapkan sangat tinggi dan memberikan bonus dan insentif yang amat tinggi karena jika ada produk serupa muncul dipasaran dengan fungsi dan

⁷⁰Jeff Madura, *Pengantar Bisnis, Buku 2*, terj,(Jakarta: Salemba Empat,2001)

⁷¹Dyah Has, *Untung Berjenjang Bebas Krisis*, Swasembada, Tahun XIV, Nomor 13

kegunaan yang sama serta harga yang jauh lebih murah maka bisnis mlm anda sangat terancam.⁷²

7. Komitmen. Perusahaan yang menggunakan strategi MLM hendaknya selalu komitmen sepanjang masa dalam menciptakan produk yang berkualitas, terutama dalam menjaga kepuasan konsumen. Untuk membangun sebuah komitmen menuju keunggulan adalah dengan menerapkan integritas/kejujuran pada pencapaian tindakan yang berkinerja tinggi. Kesuksesan dapat tercapai jika dibangun di atas pondasi kebenaran, kepercayaan, dan keadilan⁷³

Bagi mereka yang tertarik dan ingin bergabung menjadi distributor atau member perusahaan MLM, sebaiknya berhati-hati dalam memilih perusahaan, jangan sampai terjebak dengan sistem arisan berantai. Bagi mereka yang memiliki karir mentok dan ingin memanfaatkan peluang, maka bisnis MLM dapat dijadikan sebagai karir baru atau karir kedua.⁷⁴

Pada dasarnya dalam hal ini sama sama mencari keuntungan, antara perusahaan dan mitra agen kerja. Maka dari itu perusahaan harus memenuhi persyaratan agar senantiasa saling menguntungkan. Tanpa adanya mitra , perusahaan tidak akan berkembang luas. Disini diperlukan kerjasama yang baik untuk menuju tujuan tertentu. Bagi masyarakat yang ingin bergabung harus selektif dalam memilih perusahaan, seperti perusahaan itu mempunyai ijin yang legal dan terdaftar, agar nantinya tidakada yang merasa dirugikan.

⁷²<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

⁷³James Lee Valentine (adalah seorang penulis pemberdayaan, pembicara dinamis dan pencipta terinspirasi dari wealth teacher challenger millionaire institute), *MLM Power: Pemberdayaan Pemasaran Berbasis Jaringan*, (Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer, 2003)

⁷⁴Sugito Hadi (Pendiri Successful motivation training, Dosen ugm, Kolumnis tetap pada surat kabar harian di wilayah DIY dan sekitarnya), *Taktik Sukses Untuk Bisnis: Panduan Bagi Usahawan dan Manager*, (Yogyakarta: Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Konsultan Hukum SKHAPI, 2000)

4. Money Game (Skema Ponzi)

Skema Ponzi merupakan istilah untuk praktik kotor dalam bisnis keuangan yang menjanjikan keuntungan berlipat ganda yang jauh lebih tinggi dari keuntungan bisnis riil bagi investor yang mau menyimpan dana investasinya lebih lama di perusahaan investasi seperti sekuritas, bank, asuransi, ataupun investment banking. Para investor umumnya tidak tahu dan tidak mau tahu dari mana perusahaan membayar keuntungan yang dijanjikan.

Nama Ponzi diambil dari seorang penipu bernama Charlea Ponzi yang tinggal di Boston, AS. Ponzi terkenal dengan penipuannya karena menawarkan investasi berupa transaksi spekulasi prangko AS. Terhadap prangko asing di era 1919-1920. Dalam penelusuran detik finance, ponzi mendirikan 'The Security Exchange Company' pada 26 desember 1919, yang menjanjikan investasi dengan balas jasa 40% dalam Sembilan puluh hari. Padahal kala itu bunga bank hanya mencapai 5% per tahun.⁷⁵

Tidak sampai satu tahun, diperkirakan sekitar 40.000 orang memercayakan sekitar US\$ 15 juta atau sekarang senilai US\$ 140 jutapada perusahaannya. Untung yang dijanjikan Ponzi ternyata hasil tambal sulam. Pada pertengahan Agustus 1920, Audit yang dilakukan pemerintah terhadap usaha Ponzi menemukan bahwaterus menanjak. Salah satu penyebabnya adalah karena AS dan Negara maju memberikan banyak sekali kelonggaran keuangan, seperti suku bunga yang rendah dan Quntitive Easing. Perlu diketahui saja, menurunkan suku bunga berarti menyuntikkan uang ke pasar dengan suku bunga target. Jadi, ketika suku bunga turun, makin banyak uang yang beredar di pasaran (Artinya makin banyak dana segar), selain

⁷⁵ RH Limbono(investor,trader,dan seorang penulis), Menguasai MA dan MACD untuk trading saham, (Bandung: BEI5000,2015) h, 75

suku bunga, Quantitative Easing juga diturunkan. Quantitative Easing /QE merupakan aksi bank sentral AS untuk membeli surat-surat berharga guna sekali lagi meningkatkan likuiditas pasar, atau menambah dana segar di pasar.⁷⁶

Sering kali ditemukan kerancuan istilah antara pemasaran berjenjang dan permainan uang (money game). Pemasaran berjenjang pada hakikatnya adalah sebuah sistem distribusi barang. Banyaknya bonus didapat dari omzet penjualan yang didistribusikan melalui jaringannya. Sebaliknya, pada permainan uang bonus didapat dari perekrutan, bukan omzet penjualan. Kesulitan membedakan pemasaran berjenjang dengan permainan uang terjadi karena bonus yang diterima berupa gabungan dengan komposisi tertentu antara bonus dan perekrutan dan komisi omzet penjualan. Sistem permainan uang cenderung menggunakan skema piramida (atau skema ponzi) dan orang yang terakhir bergabung akan kesulitan mengembangkan bisnisnya. Dalam pemasaran berjenjang, walaupun dimungkinkan telah memiliki banyak bawahan, tetapi tanpa omzet tentu saja bonus tidak akan diperoleh.⁷⁷

5. Cara Kerja Multilevel Marketing

Dalam konteks umum sistem bisnis MLM dilakukan dengan cara menjaring calon nasabah yang sekaligus berfungsi sebagai konsumen dan member (anggota) dari perusahaan yang melakukan praktek MLM. Secara terperinci bisnis MLM dilakukan dengan cara sebagai berikut :

⁷⁶ RH Limbono, Menguasai MA dan MACD untuk trading saham, (Bandung: BEI5000,2015) h, 76

⁷⁷ Ahmad Ifham Sholihin(Konsultan Ekonomi Syariah), Buku Pintar Ekonomi Syariah, (Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama), h, 180

- a. Mula-mula pihak perusahaan berusaha menjaring konsumen untuk menjadi member, dengan cara mengharuskan calon konsumen membeli paket produk perusahaan dengan harga tertentu.
- b. Dengan membeli paket produk perusahaan tersebut, pihak pembeli diberi satu formulir keanggotaan (member) dari perusahaan.
- c. Sesudah menjadi member maka tugas berikutnya adalah mencari member-member baru dengan cara seperti diatas, yakni membeli produk perusahaan dan mengisi formulir keanggotaan.
- d. Para member baru juga bertugas mencari calon member-member baru lagi dengan cara seperti diatas yakni membeli produk perusahaan dan mengisi formulir keanggotaan.
- e. Jika member mampu menjaring member-member yang banyak, maka ia akan mendapat bonus dari perusahaan. Semakin banyak member yang dapat dijangkau, maka semakin banyak pula bonus yang didapatkan karena perusahaan merasa diuntungkan oleh banyaknya member yang sekaligus menjadi konsumen paket produk perusahaan.
- f. Dengan adanya para member baru yang sekaligus menjadi konsumen tetap produk perusahaan, maka member yang berada pada level pertama, kedua dan seterusnya akan selalu mendapatkan bonus secara estafet dari perusahaan, karena perusahaan sangat diuntungkan dengan adanya member-member baru tersebut.⁷⁸

Disini kita dapat lebih selektif dalam melihat perusahaan MLM yang baik dan benar. Beberapa tips yang bisa diterapkan untuk menemukan perusahaan MLM yang tepat ialah:

- c. Memulai dari investigasi harga produk perusahaan tersebut apakah masuk akal atau tidak.

⁷⁸ <http://www.landasanteori.com/2015/09/pengertian-mlm-definisi-multi-level.html>, diakses pada tanggal 30/07/2017, pukul 22.16

- d. Perusahaan tersebut juga harus memiliki badan hukum yang jelas yang mana bisa menunjukkan bukti konkritnya. Bukti tersebut bisa berupa NPWP atau SIUP perusahaan yang hendak akan anda jadikan mitra.
- c. Diharapkan memiliki sistem bisnis yang adil bagi semua membernya, tak terkecuali yang bergabung dari awal atau yang terakhir. Perusahaan MLM tentu saja harus memiliki produk yang jelas dan upline dapat membantu atau memotivasi downlinenya agar mampu membangun jaringan produk lebih besar lagi.⁷⁹

6. Fatwa DSN MUI No:75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pejualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).

Di dalam fatwa DSN MUI No.75 pun dijelaskan, tentang ketentuan yang harus dipenuhi oleh pemohon penjualan langsung berjenjang syariah, diantaranya yaitu:

1. Adanya objek transaksi riil yang di perjual belikan berupa barang atau produk jasa.
2. Barang atau produk jasa yang diperdagangkan bukan sesuatu yang diharamkan dan atau yang dipergunakan untuk sesuatu yang haram,
3. Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur gharar, mayser, riba, dharar, dzull, maksiat,
4. Tidak ada kenaikan harga atau biaya yang berlebihan (*excessive mark-up*), sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas atau manfaat yang diperoleh,
5. Komisi yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota baik besaran maupun bentuknya harus berdasarkan pada prestasi kerja nyata yang

⁷⁹<https://www.carajadikaya.com/cara-kerja-mlm/>, diakses pada tanggal 06/07/2017 , pukul 19.36

- terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang atau produk jasa, dan harus jadi pendapatan utama mitra usaha dalam PLBS,
6. Bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) harus jelas jumlahnya ketika dilakukan transaksi (akad) sesuai dengan target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan oleh perusahaan,
 7. Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa,
 8. Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan ighra.
 9. Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dengan anggota berikutnya.
 10. Sistem perekrutan keanggotaan, bentuk penghargaan dan acara seremonial yang dilakukan mengandung unsur yang bertentangan dengan akidah, syariah dan akhlak mulia, seperti syirik, maksiat dll.
 11. Setiap mitra usaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya tersebut.
 12. Tidak melakukan kegiatan money game.⁸⁰

Dari pengertian diatas dapat diambil kesimpulan MLM atau Penjualan langsung Berjenjang adalah sistem penjualan yang dilakukan oleh perusahaan, dimana perusahaan yang bergerak dalam industry MLM hanya menjual produk-produknya secara langsung kepada konsumen yang sudah terdaftar menjadi member untuk menjadi tenaga pemasar.

⁸⁰ Fatwa DSN-MUI No. 75 Tahun 2009. Tentang PLBS h. 5

BAB III

GAMBARAN UMUM PT. SOLUSI BALAD LUMAMPAH (SBL)

A. Profil & Sejarah Berdirinya PT.Solusi Balad Lumamah (SBL)

PT.Solusi Balad Lumampah, merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penyelenggaraan Umroh, dengan memberikan berbagai macam kemudahan kepada masyarakat atau calon jamaah, dari mulai Kemudahan Pendaftaran, Pilihan Pembayaran, dan Membantu Kesejahteraan Jamaah, dengan sebuah konsep Inovatif yang digabungkan dengan Teknologi E-Commerse.

Solusi Balad Lumampah didirikan pada tahun 2011 di Bandung yang dipelopori oleh Bapak H. Aom Juang Wibowo SN, Bapak H. Eri Ramdani dan Bapak Ronnie Kustiawan, S.Pd. Dalam kurun waktu kurang dari setahun, Solusi Balad Lumampah telah mampu memberangkatkan sekitar 4000 jamaah dari berbagai wilayah di Indonesia.

Dalam perjalanannya dan seiring berkembangnya perusahaan, Solusi Balad Lumampah berkomitmen untuk senantiasa memberikan pelayanan terbaik dan memberikan kemudahan bagi masyarakat luas calon jamaah, untuk mewujudkan ibadah ke Tanah Suci, maka dalam memasarkan jasa penyelenggaraan perjalanan ibadah Umroh dan Haji, Solusi Balad Lumampah membuat suatu Program yang diberi nama “Sahabat SBL” sebagai bentuk inovasi strategi pemasaran, sekaligus menjadi bagian upaya dari perusahaan untuk bisa ikut membantu dalam mensejahterakan para jamaahnya.

(SBL) Solusi Balad Lumampah, Adalah Perusahaan yang bergerak dibidang Umroh dan Haji Plus, yang didirikan oleh beberapa pengusaha yang memiliki pandangan yang sama tentang ibadah,

hususnya ibadah haji dan umroh. Kesamaan pandangan tercermin dari fenomena yang terjadi di masyarakat Indonesia, yakni begitu besarnya minat umat Islam di Indonesia untuk pergi ke Baitulloh. Tahun ini saja (2012) 85 persen Jama'ah Haji Asia Tenggara berasal dari Indonesia, atau sekitar 211 ribu jama'ah, terdiri dari 194 ribu haji regular dan 17 ribu haji khusus. Itu bukan berarti jamaah haji Indonesia yang ingin melaksanakan ibadah haji hanya 200.000. Kalau dibolokkan, mungkin lebih dari 2 juta jamaah yang ingin berangkat haji tahun ini. Hal ini terbukti dengan bahwa jamaah yang mendaftar tahun 2012 baru akan dapat berangkat 12 tahun lagi dari sekarang. Menurut Kompas edisi 25 Juli 2012, daftar tunggu (waiting list) jamaah haji Indonesia mencapai 1,9 juta orang.

Solusi Balad Lumampah (SBL) berdiri kokoh sebagai PROVIDER KONVENSIONAL yang berfokus pada penyediaan kamar hotel Makkah-Madinah, tiket pesawat, visa, Paket LA (Land Arrangement), dan menjualnya kepada travel-travel umroh-haji yang ada di Indonesia.

Pada tahun 2011, Masjidil Haram yang memiliki luas 356.000 m² mulai dilakukan renovasi perluasan yang insyaAllah menjadi 400.000 m². Dan sejak saat itu, terjadi pengurangan kuota jamaah haji sekitar 20% dari setiap negara. Di Indonesia berdampak pada terjadinya waiting list jamaah haji, tercatat pada website haji.kemenag.go.id bahwa pendaftar haji semakin meningkat dari tahun ke tahun. Pada waktu yang bersamaan, sebagian besar masyarakat Indonesia ingin tetap sampai ke Baitullah. Dan SBL melihat potensi pasar yang sangat besar terhadap masyarakat Indonesia yang ingin melakukan ibadah ke tanah suci tersebut.

Dalam rangka menembus pasar ke seluruh pelosok negeri dan menyambut kebutuhan zaman di era digital, pada tahun 2014 SBL melakukan inovasi baru dengan mengembangkan pemasaran melalui Teknologi E-Commerce. Terbentuklah divisi pemasaran SBL NETWORK atau yang lebih dikenal dengan DIVISI SAHABAT SBL. Terbukti dalam kurun waktu tersebut hingga hari ini, SBL menjadi travel terdepan dan terbaik. Sehingga pada tahun 2015 alhamdulillah SBL mendapatkan penghargaan “Business Challenges Award 2015” dari Indonesian Achievement Center dan Tre Uno Event Management sebagai: “The Best Favorite Travel”.

Dalam perjalanannya dan seiring berkembangnya perusahaan, SBL berkomitmen untuk senantiasa memberikan pelayanan terbaik dan memberikan kemudahan bagi masyarakat luas calon jamaah. Dan dengan adanya Divisi Sahabat SBL, insyaAllah setiap jamaah juga mendapat kesempatan untuk meningkatkan kesejahteraan masing-masing melalui Program Kemitraan Sahabat SBL.

Dalam perjalanannya dan seiring berkembangnya perusahaan, Solusi Balad Lumampah berkomitmen untuk senantiasa memberikan pelayanan terbaik dan memberikan kemudahan bagi masyarakat luas calon jamaah, untuk mewujudkan ibadah ke Tanah Suci, maka dalam memasarkan jasa penyelenggaraan perjalanan ibadah Umroh dan Haji, Solusi Balad Lumampah membuat suatu Program yang diberi nama “Sahabat SBL” sebagai bentuk inovasi strategi pemasaran, sekaligus menjadi bagian upaya dari perusahaan untuk bisa ikut membantu dalam mensejahterakan para jamaahnya.

1. Visi Misi PT .Solusi Balad Lumampah (SBL)

Visi : Melayani Kesempurnaan Ibadah dan Mengabdikan untuk Umat.

Misi :

- A. Mewujudkan Keinginan Umat Muslim Indonesia untuk memenuhi panggilan Allah subhanahu wa ta'ala pergi ke tanah suci (Baitullah).
- B. Pelayanan penyelenggara ibadah umroh/haji yang baik dan terintegrasi.
- C. Membina Ukhuwah Islamiyah, Silaturahmi, Ta'awanu 'alal birra wat taqwa untuk mencapai kehidupan rahmatan lil 'alamin.

Dari data-data yang ada diatas dapat diambil kesimpulan PT. Solusi Balad Lumampah Didirikan 2011 di Bandung dipelopori oleh Bapak H. Aom Juang Wibowo SN, Adapun visi misi PT. Solusi Balad Lumampah melayani umat untuk bisa berangkat ke baitullah dengan aman dan nyaman.

B. Produk

Produk SBL itu adalah Umrah dan *Haji Plus*.

Produk Umrah ada yang bersifat PLBS atau dengan cara menabung

Produk Haji ada dua pilihan Haji Plus dan Haji Furodha

1. Haji Plus dengan masa tunggu waktu antara 2 tahun 4 tahun dan & 7 tahun.
2. Haji Furodha Haji undangan atau tamu kerajaan.

Program Sahabat

- a. Menyediakan Paket Umroh dengan cara menipkan.
- b. Booking Fee sebesar 1 juta rupiah, titipan Rp. 650.000,- selama 40 bulan.

- c. Dengan menggunakan Sistem Pembayaran titipan melalui Virtual Account Bank Mandiri dan Bank BNI. Titipan Jamaah Umrah tersimpan aman di Bank.
- d. Untuk Proses Titipan Program Sahabat SBL dapat dilakukan dengan berbagai kemudahan cara pembayaran Layanan Perbankan, diantaranya Sms Banking, Atm Bersama, Internet Banking, dan Pembayaran via Teller Bank.

Tiga Keuntungan Menjadi Sahabat SBL

- 1) Biaya pendaftaran sudah termasuk biaya Booking Fee UMRAH EXCLUSIVE senilai Rp. 1.000.000,- dengan cicilan ringan Rp. 650.000,- / bulan selama 40 kali dan akan mendapatkan subsidi biaya umrah Executive keberangkatan akan dilaksanakan setelah biaya umrah lunas. Apa yang Anda dapatkan??? Anda langsung mendapatkan:
- 2) Faktur Pembayaran resmi dari Solusi Balad Lumampah.
- 3) Souvenir pendaftaran berupa sajadah atau starterpack.

PAKET HAJI PLUS

- a) Harga Paket Haji Furoda menunggu 1 tahun sebesar Rp 172.000.000,-
- b) Harga Paket Haji Furoda menunggu 2 tahun sebesar Rp 155.000.000,-
- c) Harga Paket Haji Furoda menunggu 3 tahun sebesar Rp 115.000.000,-
- d) . Harga Paket Haji Plus menunggu 7 tahun sebesar Rp 105.000.000,-

Untuk keberangkatan Haji Furoda 2018 bisa langsung mendaftarkan diri di tahun 2017 ini, sebelum bulan Agustus 2017 / sebelum masuk masa haji.

Haji Plus 7 tahun merupakan waiting list dengan kuota resmi Kemenag. Kuota akan didapatkan 14-30 hari setelah pembayaran selesai, jamaah akan mengetahui KEPASTIAN berangkat apakah di tahun ke 5, tahun ke 6, atau tahun ke 7. Biasanya, untuk usia lebih dari 70 tahun memiliki masa tunggu 5 tahun, usia 60 s.d. 69 tahun memiliki masa tunggu 6 tahun, dan usia kurang dari 60 tahun memiliki masa tunggu 7 tahun.

Fasilitas Haji:

1. Akomodasi Hotel Bintang 5 (Mekkah : Dar Al Tauhid, Madinah : Al Haram, Jeddah : Sofitel Al Hamra)
2. Penginapan tenda saat di Mina - Arafah, tempat tidur berkeranjang dan memakai AC.

Ketentuan & Layanan:

- a. Semua pembayaran dilakukan tunai di awal, baik melalui transfer ataupun cash. Hal ini dilakukan tunai di awal atau Tanpa DP untuk memungkinkan para pendaftar segera mendapatkan porsi kuota haji resmi.
- b. Setelah mendaftarkan diri dan sudah teraktivasi, calon jamaah haji akan mendapatkan bilyet haji dan surat perjanjian.
- c. Jika sampai gagal berangkat, uang dikembalikan dan jamaah akan mendapat gratis Paket Umroh Paket Bintang 4.
- d. Berkas-berkas persyaratan haji dikumpulkan 9 bulan sebelum keberangkatan.

Dari data-data yang ada diatas dapat diambil kesimpulan Produk PT. Solusi Balad Lumampah ada dua macam yang *Pertama*, Umroh . *Kedua* :Haji *Plus*.

1. Sistem Pemasaran

Di PT. Solusi Balad Lumampah berlaku Akad Murobahah, dimana uang yang disetor Jamaah tidak hilang atau hangus melainkan menjadi tabungan awal. Jadi jelas tidak ada yang dirugikan dalam Akad ini dan Insya Allah bisnis ini halal .

Adapun mengenai sistem *Ujrah* atau *bonus* yang berlaku di PT. Solusi Balad Lumampah, berlaku Akad Wakalah Taswiiq Bil Ujroh yakni akad dimana seseorang menjadi wakalah/wakil (agen) penjualan oleh sebuah perusahaan maka akan mendapatkan ujroh (bonus) 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 adalah PT. Solusi Balad Lumampah . Dimana Jamaah/member PT. Solusi Balad Lumampah akan mendapatkan bonus ketika terjadi penjualan produk atau jasa Umroh dan Haji Plus.

Konsep yang luar biasa dari PT. Solusi Balad Lumampah sebagai penyelenggara Umroh dan Haji yang siap bersaing harga dengan travel lain. Sebuah formulasi untuk membuat orang mampu dan sadar bahwa pada prinsipnya orang dapat memenuhi panggilan Allah ke Tanah suci suci bukan karena ia mampu, tetapi ia memang ada kemauan. Karena berapa banyak orang yang mampu, tapi ternyata ia belum ada kemauan. Sementara banyak orang yang mau, tapi ternyata mereka belum ada kemampuan.

Oleh karena itu, PT. Solusi Balad Lumampah Perdana yang sudah Berpengalaman memberikan solusinya, sebuah kunci berharga

untuk anda yang benar-benar mau ; Mau Haji atau Umroh dan Mau Hidup Sejahtera.

a. Adapun Ketentuan Ujrah :

- 1) Pembayaran ujroh dilakukan tgl 1 dan 15 setiap bulannya.
 - a) *Ujroh harian per tgl 1 – 14 dibayarkan pada tgl 15 – 17*
 - b) *Ujroh harian per tgl 15 – akhir bulan akan dibayarkan pada tgl 1-3*
- 2) Jamaah Sahabat SBL yang berhak mendapatkan ujrah adalah Jamaah Premium, dimana jamaah premium adalah jamaah yang telah terpotong biaya *Autopay Franchise* sebesar Rp. 2.000.000.- pertama ujrahnya secara otomatis.
- 3) Setiap ujrah yang diperoleh akan dikenakan biaya mudhorobah sebesar 10%
- 4) Minimum ujrah yang akan dibayarkan adalah sebesar Rp. 100.000.-
- 5) Setiap periode pembayaran pada tgl 1, ujrah akan dialokasikan ke pembayaran tabungan Sahabat SBL sebesar Rp. 650.000.-

b. Fasilitas Yang Didapat adalah :

Hak Usaha CRP

- 1) Ujrah Riayah / Bonus Referensi
 - 2) Ujrah Hasanah / Bonus Pasangan
 - 3) Ujrah Tanmiah / Bonus Titik
 - 4) Jawa iz / Reward Bonus Tabungan
- BILYET : Kartu jaminan berangkat umrah/haji
- a) Merchandise (baju koko / mukena)
 - b) Training dan Seminar pengembangan diri
 - c) Jaminan Asuransi Jiwa (Nilai Total 5.000.000,- tanpa premi)

- d) Spanduk Atau Banner.
- e) Marketing Plan 50 Lembar.
- c. Profit Sharing yang diberikan perusahaan :
 - 1) Penjualan paket Tunai,Hemat dan Solusi Sebesar Rp. 1.000.000,-
 - 2) Penjualan paket Haji Plus masa tunggu 1,2,3 tahun sebesar Rp. 5.000.000 dan masa tunggu 7 tahun sebesar Rp. 2.000.000,-
 - 3) *Ujroh Riayah* Sebesar Rp. 400.000 per jamaah SBL memberikan komisi penjualan/ *Ujroh Riayah* kepada jamaah sebesar Rp. 400.000,- setiap berhasil menjual paket UMROH secara DP 1 juta
 - 4) Ketika terjadi pasangan omset 1 kiri & 1 kanan Dibawah Anda , maka Anda akan mendapatkan *Ujroh Hasanah* sebesar Rp. 100.000,-
 - 5) Bonus Tabungan sebesar Rp. 2.500 sampai level 10.
 - 6) Bonus titik 25.000 sampai level ke 2 dan seterusnya 2500
 - 7) Adapun Reward yang diberikan ke jamaah
 - a) 25 : 25 = Laptop (5 jt)
 - b) 50 : 50 = Umroh (23,5 jt)
 - c) 400 : 400 = Haji Plus 1 Orang (150 jt)
 - d) 1000: 1000= Pajero (450 jt)
 - e) 10rb : 10rb = Alphard (1,1 M)
 - f) 20rb : 20rb = Audi (2,1 M)
 - g) 50rb : 50rb = Lamborgini (5,3M)
 - h) 100rb : 100rb = Property (1 0 M)

2. Sistem Pembayaran.

Sistem pembayaran adalah sistem yang mencakup seperangkat aturan, lembaga dan mekanisme yang digunakan untuk melaksanakan

pemindahan dana guna memenuhi suatu kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi. SBL mempunyai beberapa sistem pembayaran sebagai berikut:

1) Paket kemudahan produk SBL

- a. Program Cicilan Umroh selama 40 Bulan, Calon Jamaah umroh menyicil biaya umrohnya selama 40 kali dan akan berangkat pada bulan ke 41. Pembayaran langsung ke Bank Mandiri/BNI dengan nomor kode perusahaan dan kode ID yang akan kami berikan.
3. Program Pembayaran Tunai Dengan Paket Tunai (berangkat 1-4 bulan), Calon jamaah diberikan pilihan pemberangkatan sesuai keinginan. Masa pilihan menunggu 1-4 bulan, silahkan dipilih sesuai keinginan calon jamaah.
4. Program Pembayaran Tunai Dengan Hemat (berangkat 5-12 bulan), Calon jamaah diberikan pilihan pemberangkatan sesuai keinginan. Masa pilihan menunggu 5-12 bulan, silahkan dipilih sesuai keinginan calon jamaah.
5. Paket Umrah Gratis, Paket umroh Gratis khusus bagi calon jamaah yang ingin sekaligus menjadi pengusaha travel umroh & Haji. Program paket pilihan ke - 4 ini merupakan program khusus yang berminat mengembangkan usaha travel. Untuk proses mendapatkan paket Umrah Gratis, seorang calon jamaah mendaftarkan diri persis sama dengan jamaah reguler, tetapi cukup dengan Booking Seat cukup dengan DP. 1 juta saja dan mengikuti ketentuan sesuai dengan ketentua dalam program SAHABAT SBL.

6. Pelunasan kekurangan biaya Umroh atau Haji Plus ada 3 cara, yaitu:

- a. Cara Cash adalah Pembayaran Cash dengan cara memilih paket Umrah Tunai, paket Hemat atau paket Solusi.
- b. Cara Nabung adalah Pembayaran cicilan dengan cara menabung sebesar Rp. 650.000.- sampai dengan 40 bulan, dengan diawali dengan DP 1 Juta dan pemberangkatan dilaksanakan setelah masa menabung Lunas atau dengan pindah program ke paket Tunai atau paket hemat dan keberangkatan dengan fasilitas bintang 5.
- c. Referensi adalah pembayaran sisa kekurangan melalui komisi yang diberikan pihak perusahaan atas jasa informasi kepada orang lain yang bergabung melalui referensi Anda.

Untuk cara cash dan cicilan bukan focus kita untuk membahasnya di sini. Karena memang pada umumnya yang sudah berjalan seperti itu, baik itu yang diselenggarakan oleh sebuah PT ataupun KBIH. Tetapi di sini mereka dapat melakukan pelunasannya dengan cara Referensi atau dengan cara mengatur system kanan dan kiri sehingga terbentuk di titik – titik yang kita rencanakan, misalkan Umrah 1 Gratis di titik 50 : 50 atau Mobil Haji Plus 1 Orang masa tunggu 2 tahun di titik 400 : 400 atau dapat kita uangkan sebesar 250 Jt atau diganti dengan bayar Haji Plus 2 Orang dan Umrah.

Dengan sistem referensi ini, semakin banyak Anda melakukannya maka semakin besar penghasilan yang anda akan raih. Dengan penghasilan yang akan ditransfer oleh perusahaan melalui rekening anda nantinya, dapat digunakan untuk pelunasan biaya umroh atau haji, juga dapat digunakan untuk kebutuhan pribadi.

SBL itu simple, Dengan Konsep Binary adalah konsep Percepatan income di dunia network. Cukup dgn niat Umroh, Lalu DP Umroh 1jt ke PT.SBL Dan ajaklah Sahabat2 yang lain. Maka Selain bisa Umroh gratis dapat pula penghasilan Ratusan Juta, Caranya Sangat Mudah

Dalam 1 bulan ajaklah 2 sahabat untuk bergabung di PT.SBL lalu ajarkan hal yg sama kepada Sahabat yg kita ajak, Maka Perkembangan Bisnis SBL kita akan seperti di bwh ini:

- 1) Bonus Sponsor : 400.000 Bonus Pasangan: 100.000
- 2) Bonus Reward : dari mulai umroh gratis, mobil mewah hingga villa mewah, Yang mau kami jelaskan di bawah ini adalah cara mudah memaksimalkan komisi pasangan @100.000,- Jika 1 bulan hanya mampu mengajak 2 teman, dan teman yg kita ajak terus melakukn hal sama seperti kita, maka hasilnya perhitungannya seperti ini. Dengan Multiply System/Duplikasi, setiap bulan Anda akan mendapatkan member baru sebanyak 2 kali lipat member yang Anda punyai pada bulan sebelumnya.

Ada beberapa faktor penting di antaranya yaitu :

- a) Al Qur'an mengajarkan untuk saling "berta'awun" tolong menolong dan bantu membantu dalam hal kebaikan (menguntungkan) dan dilarang untuk bertaawun dalam hal merugikan (kejahatan dan dosa) (Q.S. al Maidah : 2)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَحُلُوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ

وَلَا ءَامِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا

وَلَا تَجْرِمَنكُمْ شَنَا نُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ

شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢١﴾

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi'ar-syi'ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya], dan binatang-binatang qalaa-id dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari kurnia dan keredhaan dari Tuhannya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, Maka bolehlah berburu. dan janganlah sekali-kali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat berat siksa-Nya.

b) Al Hadits menyatakan “

مَنْ دَلَّ عَلَى خَيْرٍ فَلَهُ مِثْلُ أَجْرِ فَا عَلَيْهِ

Barang siapa memberi petunjuk kepada kebaikan, sama pahalanya seperti orang yang melakukannya. (Hr. Bukhori)

c) Konsep referensi yang terprogram dan transparan yang ditawarkan Perusahaan PT. Solusi Balad Lumampah dalam hal umroh dan haji tergolong baru dan saling menguntungkan (tidak ada yang dirugikan). Bahkan membuat orang orang berhasrat untuk haji/umroh bisa meningkatkan kesejahteraannya.

- d) Solusi Balad Lumampah sudah berpengalaman sehingga telah teruji dan diakui semua kalangan
- e) Biaya dapat dicicil mulai dengan tanda jadi Rp. 1 Jt sudah terdaftar sebagai calon jamaah umroh.
- f) Dengan tanda jadi tersebut di atas hak dan fasilitas sangat banyak dan bermanfaat. Hal ini berbeda dengan travel dan KBIH lainnya walaupun sudah hampir separuhnya lunas, tidak ada fasilitas istimewa seperti di PT. Solusi Balad Lumampah .
- g) Dengan mereferensikan orang lain akan mendapat komisi yang sangat fantastik. Hal ini berbeda juga dengan travel dan KBIH lainnya
- h) Banyak para mitra berpikir bahwa mereka mempunyai anggota keluarga, tetangga, teman kerja dan kenalan baru yang dapat ditawarkan program ini
- i) Ibadah haji atau umroh merupakan kewajiban ibadah yang tidak kenal henti dan tidak berlaku masa expired. Sehingga dengan menjadi mitra akan dapat menjalankannya sampai akhir hayat dan bisa diwariskan.
- j) dengan saudara lainnya Dapat mengikuti kegiatan dakwah secara berkala sekaligus bersilaturahmi.

Dari data-data yang ada diatas dapat diambil kesimpulan Produk PT. Solusi Balad Lumampah dalam sistem pemasarannya memakai ada Muroba'ah, adapun ujroh dan bonus yang berlaku adalah akad wakalah Taswiq bil Ujroh. Dalam sistem pembayaran PT. Solusi Balad Lumampah memberikan berbagai macam pilihan pembayaran mulai dari booking fee 1 juta dengan tabungan selama 40x dengan tabungan 650.000 perbulan disamping itu ada juga pembayaran secara tunai dan koperasi.

D. Surat Izin dan Legalitas PT .Solusi Balad Lumampah (SBL)

PT.Solusi Balad Lumampah adalah perusahaan jasa tours & travel selaku pemegang izin Penyelenggaraan Perjalanan Umroh dan Haji Plus dengan **Nomor Izin Kemenag RI D/561.Thn 2016.**

Nama Perusahaan : PT.Solusi Balad Lumampah

Merk Dagang : Solusi Balad Lumampah

Notaris : Raden Mas Soediarso Soenarto,S.H.,SpN.

UUG No : SK.229/JS/VIII/2012

TDP : 101117921121

NPWP : 03.240.315.7-11.000

SK Menteri Hukum & HAM : AHU-40481 AH.01.01 Th.2012

Dari data-data yang ada diatas dapat diambil kesimpulan Produk PT. Solusi Balad Lumampah perusahaan ini berdiri dengan Nomor Izin Kemenag RI D/561.Thn 2016 dibawah pimpinan Bapak H. Aom Juang Wibowo SN.

1. Logo perusahaan PT .Solusi Balad Lumampah (SBL)



SOLUSI BALAD LUMAMPAH
 PENYELENGGARA PERJALANAN UMRAH & HAJI PLUS
Solusi Mudah Menuju Baitullah

Nomor izin : D/351.Tbn 2013

BAB IV
ANALISIS STRATEGI PEMASARAN JASA UMRAH DAN HAJI
PLUS PADA PT. SOLUSI BALAD LUMAMPAH DALAM
PERSPEKTIF FATWA DSN-MUI NO: 75/DSN-MUI/VII/2009
TENTANG PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH
(PLBS)

A. Konsep Fatwa DSN MUI NO 75 Tahun 2009 Tentang PLBS

1. Fungsi & Peran DPS

- a. Peran utama para ulama dalam Dewan Pengawas Syariah adalah mengawasi jalannya Lembaga Keuangan Syariah sehari-hari agar selalu sesuai dengan ketentuan-ketentuan syariah
- b. Dewan Pengawas Syariah harus membuat pernyataan secara berkala (biasanya tiap tahun) bahwa Lembaga Keuangan Syariah yang diawasinya telah berjalan sesuai dengan ketentuan syariah.
- c. Tugas lain Dewan Pengawas Syariah adalah meneliti dan membuat rekomendasi produk baru dari Lembaga Keuangan Syariah yang diawasinya
- d. Dewan Pengawas Syariah bersama Komisaris dan Direksi, bertugas untuk terus-menerus mengawal dan menjaga penerapan nilai-nilai Islam dalam setiap aktifitas yang dikerjakan Lembaga Keuangan Syariah
- e. DPS juga bertugas untuk melakukan sosialisasi kepada masyarakat tentang Lembaga Keuangan Syariah, melalui media-media yang sudah berjalan dan berlaku di masyarakat, seperti khutbah, majelis ta'lim, pengajian-pengajian, maupun melalui dialog rutin dengan para tokoh agama dan tokoh masyarakat

2. Dewan Syariah Nasional (DSN) & Hubungannya Dengan DPS

- a. Dengan berkembangnya Lembaga Keuangan Syariah, berkembang pula jumlah DPS yang berada pada masing-masing Lembaga tersebut.

Terkadang muncul fatwa yang berbeda antara DPS satu lembaga dengan yang lainnya, dan hal seperti ini dikhawatirkan akan membingungkan umat.

- b. Oleh karenanya MUI menganggap perlu dibentuknya satu Dewan Syariah yang bersifat nasional, sekaligus membawahi seluruh Lembaga Keuangan Syariah.
- c. Lembaga ini kemudian dikenal dengan nama Dewan Syariah Nasional (DSN).

3. DEWAN SYARIAH NASIONAL

Dewan Syariah Nasional adalah Dewan Yang dibentuk oleh MUI untuk menangani masalah-masalah yang berhubungan dengan aktivitas lembaga keuangan syariah.

- a. DSN merupakan bagian dari MUI
- b. DSN membantu pihak terkait, seperti Depkeu, BI dan lain-lain dalam menyusun peraturan/ ketentuan untuk lembaga keuangan syariah.
- c. Anggota DSN terdiri dari para ulama, praktisi, dan para pakar dalam bidang yang terkait dengan muamalah syariah.
- d. Anggota DSN ditunjuk dan diangkat oleh MUI dengan masa bakti sama dengan periode masa bakti pengurus MUI Pusat, (5 tahun).

Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) merupakan salah satu lembaga yang dibentuk dan merupakan perangkat kerja MUI. Kehadirannya merupakan implementasi dari orientasi, fungsi,

dan tugas MUI, antara lain memberikan fatwa , pengayoman, dan bimbingan kepada umat dalam melaksanakan ajaran Islam, serta merupakan langkah proaktif MUI dalam merespon kebutuhan umat Islam untuk dapat memiliki sistim perekonomian Islami dan lembaga keuangan non ribawi.

Dengan demikian DSN MUI telah membuat peraturan yang tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) dalam fatwanya No : 75/DSN MUI/VII/2009 tentang bahwa perusahaan yang menggunakan system PLBS harus memenuhi ketentuan-ketentuan sebagai berikut¹ :

1. Ketentuan Umum

- a. Penjualan Langsung Berjenjang adalah cara penjualan barang atau jasa melalui jaringan pemasaran yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha kepada sejumlah perorangan atau badan usaha lainnya secara berturut-turut.
- b. Barang adalah setiap benda berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan yang dapat memiliki, diperdagangkan, dipaksa , dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.
- c. Produk jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau pelayanan untuk dimanfaatkan oleh konsumen.
- d. Perusahaan adalah badan usaha yang berbentuk badan hukum yang melakukan kegiatan usaha perdagangan barang dan atau produk-jasa dengan system penjualan langsung yang terdaftar menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- e. Konsumen adalah pihak pengguna barang dan atau jasa, dan tidak bermaksud untuk memperdagangkannya.
- f. Komisi adalah imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra usaha atas penjualan, yang besarnya maupun bentuknya

¹DSN MUI, Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI, (Jakarta: FDK Gaung Persana Press, 2010)

- diperhitungkan berdasarkan prestasi kerja nyata yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang dan atau produk jasa.
- g. Bonus adalah tambahan imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra usaha atas penjualan, karena berhasil melampaui target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan perusahaan.
 - h. Ighra' adalah daya Tarik luar biasa yang menyebabkan orang lain lalai terhadap kewajibannya demi melakukan hal-hal atau transaksi dalam rangka memperoleh bonus atau komisi yang dijanjikan.
 - i. Money Game adalah kegiatan penghimpunan dana masyarakat atau penggandaan uang dengan praktik memberikan komisi dan bonus dari hasil perekrutan/pendaftaran Mitra Usaha yang baru/bergabung kemudian dan bukan dari hasil penjualan produk namun produk yang dijual tersebut hanya sebagai kamufase atau tidak mempunyai mutu/kualitas yang dapat dipertanggungjawabkan.
 - j. Excessive mark-up adalah batas margin laba yang berlebihan yang dikaitkan dengan hal-hal lain di luar biaya.
 - k. Member get member adalah strategi perekrutan keanggotaan baru PLB yang dilakukan oleh anggota yang telah terdaftar sebelumnya.
 - l. Mitra Usaha /stockiest adalah pengecer/retailer yang menjual /memasarkan produk-produk penjualan langsung.²

² Fatwa DSN-MUI No: 75/DSN-MUI/VII/2009, 5-6.

2. Ketentuan Hukum

1. Ada obyek transaksi riil yang diperjual belikan berupa barang atau produk jasa.
2. Barang atau produk jasa yang diperdagangkan bukan sesuatu yang diharamkan dan atau yang dipergunakan untuk sesuatu yang haram.
3. Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur gharar, maysir, riba, dharar, zhulm dan maksiat.
4. Tidak ada harga/biaya yang berlebihan (*excessive mark-up*), sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas/manfaat yang diperoleh.
5. Komisi yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota baik besaran maupun bentuknya harus berdasarkan pada prestasi kerja nyata yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang atau produk jasa, dan harus menjadi pendapatan utama mitra usaha dalam PLBS.
6. Bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) harus jelas jumlahnya ketika dilakukan transaksi (akad) sesuai dengan target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan oleh perusahaan.
7. Tidak boleh ada komisi atau bonus secara reguler tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa.
8. Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan *ighra'*
9. Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota berikutnya.
10. Sistem perekrutan keanggotaan, bentuk penghargaan dan acara seremonial yang dilakukan tidak mengandung unsure yang

bertentangan dengan aqidah, syariah dan akhlak mulia, seperti syirik, kultus, maksiat, dan lain lain

11. Setiap mitra usaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya tersebut.
12. Tidak melakukan kegiatan money game.³

B. Implementasi Fatwa DSN MUI No : 75/DSN MUI/VII/2009 Terhadap Strategi Pemasaran Jasa Umrah Dan Haji Plus Pada PT. Solusi Balad Lumampah

Menurut pengamatan penulis, implementasi fatwa DSN-MUI No: 75 memiliki kesesuaian dengan strategi pemasaran yang dilakukan di PT.SBL, hal ini juga senada dengan *statement* yang diberikan oleh salah satu manager di SBL yang mengatakan bahwa PT.SBL tidak melanggar apa yang di Fatwakan oleh MUI yang tertuang dalam Fatwa DSN-MUI No: 75. Strategi 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.

Dalam hal ini yang menjadi fokus penelitian penulis yaitu cara pembayaran dengan sistem sahabat yang mana hal ini sama halnya dengan Sistem Multi Level Marketing, berdasarkan fatwa DSN MUI NO : 75 bahwa ada transaksi nyata dalam proses pemasaran nya yaitu menawarkan jasa umrah, kemudian jasa yang di tawarkan kepada calon jamaah pun bukanlah sesuatu yang di haramkan oleh syariat Islam, karena umrah merupakan salah satu sunnah bagi kaum muslimin. Selanjutnya transaksi dalam perekrutan atau pencarian jamaah pun tidak mengandung unsur

³ Fatwa DSN-MUI, 6-7

gharar, maysir, riba, dharar, dzullm, maksiat karena sudah menjadi standar perusahaan bahwa tidak boleh ada yang merasa tertipu, riba, maksiat, ataupun merugikan orang lain yang telah mendaftar umrah. Selama ini belum ada jamaah yang sampai tiddak berangkat setelah mendaftar umrah di PT.SBL kecuali mereka yang atas kesalahan sendiri dalam hal mengurus visa atau karena halangan sakit.

Harga paket sahabat tentunya lebih murah, hanya dengan DP Rp. 1000.000 dan tabungan Rp.650.000 per bulan selama 40x, anda sudah bisa berangkat umrah, bahkan bisa berangkat umrah hanya dengan DP tersebut dan selanjutnya kita mengikuti program Syi'ar untuk mengajak seluruh kaum muslimin berangkat umrah dengan DP 1juta dan jamaah mendapatkan fasilitas Bintang lima dengan harga bintang 4, hal ini tentu merupakan sebuah keuntungan bagi calon jamaah dengan di berikan banyak pilihan pembayaran.

Di PT.SBL ini tidak ada yang namanya penggelembungan harga yang berlebihan, hal ini selaras dengan fatwa DSN MUI No:75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pejualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) yang mengatakan Bahwa tidak boleh ada Mark Up harga yang berlebihan. Kemudian bonus atau reward yang diberikan perusahaan kepada jamaah yang aktif bersyi'ar mengajak kaum muslimin ke baitullah dengan DP 1juta.

Pada tanggal 25 juli 2017 penulis mewawancarai Humas PT. Solusi Balad Lumampah yaitu Bapak Sigit Prabowo dalam pernyataan yang bapak Sigit buat bahwa PT. Solusi Balad Lumampah ini sudah ada Dewan Pengawas Syariah-nya yaitu Prof. Dr. KH. Didin Hafidhuddin, M. Sc. Tetapi setelah diteliti lagi tidak ada kejelasan tentang surat Dewan Pengawas Syariah, jadi dapat disimpulkan bahwa Program sahabat belum ada kejelasan Dewan Pengawas Syariah karena pihak perusahaan tidak bisa

menunjukkan surat dari DPS sebagai bukti legalitas dari program sahabat yang menjadi program unggulan paket umroh di PT.SBL tersebut.

Pada tanggal 8 november 2017 saya mewawancarai Bapak Drs. Hasanudin, MA. Di kampus iiq, saya menanyakan apakah Pt. Solusi Balad Lumampah sudah ada Dewan Pengawas Syari'ahnya, beliau langsung menghubungi anak dari Prof. Dr. KH. Didin Hafidhuddin, M. Sc yaitu bapak Irfan Syauqi beliau mengatakan via wa kepada Bapak Drs. Hasanudin, MA, tidak betul ustad itu hanya klaim mereka atau Pt. Solusi Balad Lumampah, awalnya Pt. Solusi Balad Lumampah datang kepada Prof. Dr. KH. Didin Hafidhuddin, M. Sc waktu awal-awal berdirinya Pt. Solusi Balad Lumampah. Ternyata Prof. Dr. KH. Didin Hafidhuddin, M. Sc tidak memberikan surat tersebut kepada kepada Pt. Solusi Balad Lumampah.

C. Kesesuaian PT. SBI dengan Fatwa DSN MUI No : 75/DSN MUI/VII/2009 Tentang Penjualan langsung Berjenjang Syari'ah

Dalam penelitian skripsi ini atau tugas akhir ini penulis menitikberatkan pada analisis oprasional bisnis umroh dan haji berdasarkan fatwa Dewan Syari'ah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI), dengan objek penelitian di perusahaan PT. Solusi Balad Lumampah yang menggunakan sistem sahabat. Dalam hal ini didasarkan fakta yang menyebutkan hingga saat ini sudah sebagian orang telah terlibat dalam sistem sahabat khususnya pada jama'ah Solusi Balad Lumampah.

Dari adanya pandangan pro dan kontra yang terdapat dimasyarakat mengenai kehadiran sistem sahabat atau bisa dibilang mirip dengan *Multilevel Level Marketing* (MLM). Maka kemudian *Majelis Ulama Indonesia* (MUI) memberikan jalan keluar dengan menerbitkan

fatwa tentang *Penjualan Langsung Berjenjang Syariah* (PLBS) guna menjawab permasalahan yang sedang dihaapi umat muslim di Indonesia.

Untuk menjawab beberapa permasalahan serta anggapan tersebut maka penulis melakukan analisis terhadap perusahaan Pt. Solusi Balad Lumampah (SBL) yang mempunyai sistem sahabat berdasarkan Fatwa DSN MUI No : 75/DSN MUI/VII/2009 Tentang Penjualan langsung Berjenjang Syari'ah.

Dalam melakukan analisis ini penulis menggunakan 12 poin seperti yang telah tercantum dalam Fatwa tersebut. Adapun 12 poin tersebut adalah:

Di dalam fatwa DSN MUI No.75 pun dijelaskan, tentang ketentuan yang harus dipenuhi oleh pemohon penjualan langsung berjenjang syariah diantaranya yaitu:

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

Berdasarkan hasil wawancara dengan para anggota sahabat :

Pt. Solusi Balad Lumampah transaksinya riil dan nyata yaitu adanya jasa umroh dan haji.

Menurut penulis poin pertama fatwa DSN MUI ini menjadi patokan bagi masyarakat untuk melihat apakah sebuah perusahaan yang mengklaim menggunakan sistem sahabat haruslah menjual produk atau jasa secara nyata dengan kata lain dalam sebuah akad penjualan jual beli disebutkan dengan jelas mengenai barang yang akan menjadi objek perjanjian.

Dengan demikian, syarat pertama yang terdapat pada fatwa DSN MUI, telah terpenuhi oleh perusahaan Pt. Solusi Balad Lumampah (SBL).

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

Usaha sistem sahabat harus mendistribusikan atau menjual produk yang benar-benar halal. Kategori halal untuk wilayah Indonesia dapat merujuk pada daftar halal yang dikeluarkan oleh *Majelis Ulama Indonesia* (MUI) karena bukti kehalalanpun harus tertata jelas di label produk, sehingga mudah dilihat oleh konsumen.

Bagi yang belum memiliki sertifikasi halal, bukan berarti langsung jatuh pada kategori halal, maka untuk sementara dapat diyakini secara pasti bahwa itu halal, maka untuk sementara dapat diyakini sebagai produk halal sampai ada penelitian lebih lanjut, jika itu diperlukan.

Dalam Al-Qur'an secara jelas, Allah SWT memerintahkan manusia memakan makanan yang halal dan baik, baik secara zatnya maupun cara mendapatkannya.

يَتَأَيَّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتِ

الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.

Dari hasil penelitian yang diteliti oleh penulis bahwa produk dari Pt. Solusi Balad Lumampah (SBL) yaitu Umroh dan Haji *Plus*,

karena Umroh dan Haji merupakan panggilan dari Allah SWT kepada seluruh umat muslim.

3. Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur *gharar*, *maysir*, *riba*, *dharar*, *dzullm*, *maksiat*,

Pt. Solusi Balad Lumampah menjual produk-produk yang jelas, baik harga maupun ukuran/takarannya. Apabila ditemukan produk-produk yang rusak, tidak sesuai dalam hal dan ukuran maka uang bisa dikembalikan sebulan sebelum pemberangkatan, dan akan dikembalikan setengah satu minggu sebelum pemberangkatan.

Sistem pembagian bonusnya jelas. Jadi, transaksi yang dijual oleh Pt. Solusi Balad Lumampah tidak mengandung unsur *gharar*, *maysir*, *riba*, *dharar*, *dzullm*, *maksiat*. Ust. Dede S.Hidayat,SH.I mengatakan,

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

Untuk saat ini tidak ada kenaikan harga yang berlebihan, Pt. Solusi Balad Lumampah menentukan harga di awal saat akad dan tidak ada lagi penambahan sampai jama'ah sampai tempat tujuan.

Secara prinsip, penentuan harga ini dapat ditentukan secara akad *Murabahah* adalah menjual barang setelah ada penambahan harga dari harga asal (harga beli) atau lebih dikenal dengan *mark-up*. Kaidah penetapan harga ini sebenarnya adalah patokan yang lazim digunakan karena jelas setiap penjual akan untung kalau mereka memberikan penetapan harga yang lebih tinggi dari asal.

5. Komisi yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota baik besaran maupun bentuknya harus berdasarkan pada prestasi kerja nyata yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang atau produk jasa, dan harus jadi pendapatan utama mitra usaha dalam PLBS,

Komisi berkaitan dengan penjualan secara pribadi atau kelompok. Dalam bisnis sistem sahabat, komisi sangat terkait dengan prestasi dari sahabat tersendiri, apabila sahabat bisa merekrut jamaah lebih banyak maka reward yang mereka terima akan sesuai dengan prestasinya, akan tetapi apabila sahabat tidak mencari jama'ah atau bersyi'ar maka mereka pun tidak akan mendapatkan *ujroh riayah* *ujroh hasanah* maupun Reward.

6. Bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) harus jelas jumlahnya ketika dilakukan transaksi (akad) sesuai dengan target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan oleh perusahaan.

Bonus merupakan hadiah apabila seorang sahabat mencapai target-target tertentu. Pt. Solusi Balad Lumampah (SBL) memberikan bonus kepada para sahabat.

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

Seperti halnya seorang pekerja di toko, pemilik toko akan memberikan upah kepada pekerjanya, tidaklah mungkin seorang yang tidak bekerja tetap diberi upah oleh pemilik toko, di Pt. Solusi Balad

Lumampah (SBL) tidak ada komisi atau bonus yang pasif, semuanya transparan, karena semua anggota atau jama'ah mengetahuinya.

8. Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan ighra.

Antara bisnis MLM atau yang berkedok MLM mungkin sulit untuk membedakannya. Tak mengherankan, walaupun sudah banyak diberitakan di media massa, masih saja ada orang yang terpedaya oleh modus-modus penipuan. Disadari atau tidak, setiap orang memiliki sifat-sifat yang berbeda untuk mengeluarkan tenaga yang sekecil-kecilnya untuk mendapatkan hasil yang sebesar-besarnya. Orang cenderung ingin mendapat uang dengan cepat dan modal yang sedikit mungkin. Bahkan jika memungkinkan, orang ingin mendapatkan uang tanpa mengeluarkan tenaga sedikitpun.

Inilah bagian terlemah manusia dan dimanfaatkan oleh para penipu profesional. Di iming-imingi mendapatkan uang dengan cepat dan mudah, seringkali menjadi menu utama para pembisnis untuk memprospek.

Pt. Solusi Balad Lumampah (SBL) tidak menawarkan iming-iming yang menyesatkan kepada prospeknya karena pada dasarnya setiap para sahabat mendapatkan bonus atau komisi sesuai prestasinya. Jadi semakin tinggi yang dicapai maka semakin tinggi pula usaha yang harus dilakukan.

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

Prinsip keadilan dan berta'awun adalah sebuah prinsip yang harus dipegang teguh dalam Pt. Solusi Balad Lumampah (SBL) adil

bukan berarti sama rata, tapi berbagi sesuai dengan proporsinya. Sesuai prestasi dan pekerjaan yang dilakukan.

Allah SWT berfirman dalam surah An-Nisa Ayat 135

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ بِالْقِسْطِ شُهَدَاءَ لِلّٰهِ وَلَوْ عَلَىٰ أَنْفُسِكُمْ
أَوِ الْوَالِدَيْنِ وَالْأَقْرَبِينَ ۚ إِن يَكُنْ غَنِيًّا أَوْ فَقِيرًا فَاللّٰهُ أُولَىٰ بِهِمَا ۖ فَلَا
تَتَّبِعُوا أَهْوَىٰ ۚ إِن تَعَدِلُوا وَإِن تَلُودُوا أَوْ تَعْرِضُوا فَإِنَّ اللَّهَ كَانَ بِمَا تَعْمَلُونَ
خَبِيرًا﴾

Wahai orang-orang yang beriman, jadilah kamu orang yang benar-benar penegak keadilan, menjadi saksi karena Allah biarpun terhadap dirimu sendiri atau ibu bapa dan kaum kerabatmu. jika ia[361] Kaya ataupun miskin, Maka Allah lebih tahu kemaslahatannya. Maka janganlah kamu mengikuti hawa nafsu karena ingin menyimpang dari kebenaran. dan jika kamu memutar balikkan (kata-kata) atau enggan menjadi saksi, Maka Sesungguhnya Allah adalah Maha mengetahui segala apa yang kamu kerjakan.

Pt. Solusi Balad Lumampah (SBL) , pembagian bonus dibagikan secara adil tidak ada eksploitasi secara sepihak. Bonus diberikan kepada anggota bukan karena lebih awal atau lebih lama tetapi karena para sahabat menunjukkan prestasinya yang baik. Member tersebut tidak akan mendapatkan bonus tanpa melakukan bersyi'ar, perekrutan anggota baru dan memberi pembinaan terhadap downline-nya.

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

Pt. Solusi Balad Lumampah (SBL) menginginkan agar semua para sahabat dan jamaah khususnya beragama Muslim agar taat menjalankan ajaran agama islam dan menjunjung tinggi nilai moral, termasuk dalam menjalankan bisnis di Pt. Solusi Balad Lumampah (SBL).

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

Setiap para leader berkewajiban untuk melakukan pembinaan dan pengawasan kepada jama'ah yang direkrutnya agar tidak direbut oleh orang lain. Jika ia meninggalkan jama'ah yang direkrutnya tanpa pembinaan dan pengawasan maka hal ini membuka peluang bagi para leader lainnya untuk merebut anggota yang ditinggalkannya.

12. Tidak melakukan kegiatan money game.⁴

Perbedaan Sistem sahabat dengan *Money game* adalah salah satunya terletak pada objek penjualan barang atau jasa. Sistem sahabat memiliki objek penjualan barang atau jasa yang mutu/kualitasnya tidak dapat dipertanggungjawabkan.

Penulis menilai dan 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

⁴ Fatwa DSN-MUI No. 75 Tahun 2009. Tentang PLBS h. 5

izin Praktek pemasaran sistem sahabat tersebut diragukan karena pihak perusahaan yaitu Humas tidak memberikan surat rekomendasi yang seharusnya diberikan oleh Dewan Pengawas Syariah. Dan ternyata setelah penulis meneliti lebih mendalam dan mewawancarai Bapak Drs. Hasanudin, MA. Sebagai wakil sekretaris DSN-MUI beliau mengatakan bahwa kami tidak pernah memberikan surat DPS kepada Pt. Solusi Balad Lumampah.

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 - Email : 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,


BALAD LUMAMPAH
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.¹

Tidak ada money game.

¹ 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 LUMUM



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

Menyetujui Perubahan Badan Hukum - PT SOLUSI BALAD LUMAMPAH - dengan NPP 03340213.7.011.001 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

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-0110411.40.80.2014 TANGGAL 14 November 2014

PEMERINTAH KOTA BANDUNG
BADAN PELAYANAN PBBIZINIAN TERPADU

Jl. Cikapar No. 31 Telp. (022) 2512435-2517587-2517680 Fax. (022) 2517581-2517681 Bandung

TANDA DAFTAR PERUSAHAAN
PERSEROAN TERBATAS (T.D)

NOMOR TDP	BERANGKUTAN NO.	
0011792113	1000000000	
PERUSAHAAN	PT. SOLO BAKUL / BAMBAN	
TIPE	PUSAT	
ALAMAT PERUSAHAAN	JALAN ARJUNA NO. 141-149 WISMA LUMBUPUTERA RT / RW. 07/021 RW. KELURAHAN KENDI PEKAS KECAMATAN SUMUR BANDUNG, KOTA BANDUNG	
NO. TEL. TELEPON	FAX	
PENGURUS UTAMA / PENGURUS CABANG	AGUS SARI WIDHIWATI	
KELOMPOK USAHA POKOK	JAS. POK. KULIAH DAN WISATA	
KELOMPOK USAHA		

Bandung, 2 Februari 2014

di KEMENTERIAN PELAYANAN PBBIZINIAN TERPADU
 KOTA BANDUNG



AGUS SARI WIDHIWATI, S.Si
 Kepala Usaha Kecil
 NIP. 19790201 100003 1 000

Revisi:

1. Kantor Dinas KEM & Perindag Kota Bandung
2. Kantor Dinas Perindag Kota Bandung



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**

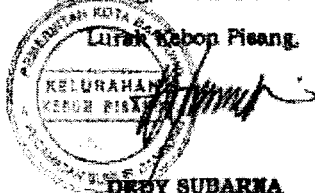
Benar mempunyai perusahaan yang berdomisili dalam wilayah Kelurahan Kebon Pisang Kecamatan Sumur Bandung Kota Bandung, dengan keterangan sebagai berikut :

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 BALAPALAMARAH
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 terutang serta biaya administrasi lainnya di tempat usahanya;
 - b. Mencairkan jadinya kegiatan perjanjian dan produksi atau perbuatan lainnya yang mendahului pemohonan di tempat usahanya;
 - c. Tidak menandatangani Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP) kepada pihak lain dan atau membuat manipulasi lain yang bertentangan dengan TDUP yang diberikan tanpa sepengetahuan tertulis dari Pemerintah Kota Bandung.

Bandung, 26 Januari 2015



HERLAS KOBRIJAWAN SOEMADIPALM
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 - Email : 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