

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perusahaan merupakan setiap bentuk usaha yang menjalankan setiap jenis usaha yang bersifat tetap serta terus menerus yang didirikan serta berkedudukan dalam wilayah Negara Republik Indonesia dengan tujuan memperoleh keuntungan dan atau laba¹. Pencapaian perusahaan dapat dilihat dari besarnya perputaran modal kerja pemilik perusahaan yang dapat menghasilkan keuntungan besar atau pendapatan besar dalam satu periode². Perusahaan yang juga merupakan suatu unit organisasi tempat orang-orang bekerjasama agar terus berkembang memerlukan upaya dan sumber daya yang dapat menunjang keberhasilan perusahaan.

Sumber daya yang dapat menunjang pencapaian keberhasilan perusahaan salah satunya ialah distributor. Keberadaan distributor dalam suatu perusahaan memegang peranan penting dalam bertanggung-jawab untuk mendistribusikan atau menyalurkan produk perdagangan, baik itu barang maupun jasa, ke retailer atau konsumen akhir³, oleh karena itu perusahaan membutuhkan distributor yang dapat memberikan kontribusi baik dan

¹Rosita, Ruang Lingkup Hukum Perusahaan, (staff uns, 2010.)
<https://rosita.staff.uns.ac.id/2010/07/23/definisi-dan-ruang-lingkup-hukum-perusahaan/#:~:text=Menurut%20rumusan%20Pasal%201%20huruf,dalam%20wilayah%20Negera%20Republik%20Indonesia%2C> diakses rabu 11 November 2020 pukul 20.55

² Adiwarman A Karim, Ekonomi Makro Islam, (Jakarta: Rajawali Press, 2010) hal.225

³ PT Natural Nusantara, Paket Info Presentasi Bisnis Nasa hal

melaksanakan tugas dengan optimal. Perusahaan akan berupaya untuk meningkatkan kinerja distributor yang tergabung dalam perusahaannya dengan semakin banyak dan terus melakukan ekspansi untuk memperluas jaringan pasar produk-produknya. Harapan tujuan perusahaan dapat tercapai dengan baik. Kinerja distributor yang baik akan membantu perusahaan untuk dapat memenuhi target penjualan yang telah ditetapkan perusahaan.

Sebagai umat Islam tentunya dalam melakukan praktik bermuamalah kita tetap berpegang teguh pada ajaran Al-Quran dan hadist agar tidak melenceng dari syariat yang telah ditentukan. Dalam syariat Islam dibahas tentang hukum-hukum yang berkaitan dengan perbuatan manusia. Hukum tersebut mengatur dua hal, yakni hukum ibadah (fiqh ibadah) dan hukum muamalah (fiqh muamalah). Fiqh ibadah mengatur tentang hubungan manusia dengan Tuhan, seperti wajibnya shalat, zakat, dan puasa. Fiqh muamalah mengatur hubungan manusia antara satu dengan yang lain, seperti halnya jual beli, sewa menyewa, hibah dan yang lainnya yang menjadi kajian ilmu fiqh.⁴ Salah satu praktik bermuamalah yang sangat umum dipraktikkan oleh manusia yaitu samsarah. Tentu hal ini tidak asing lagi bagi kita, karena hampir setiap hari kita menemui praktek ini. Pengertian samsarah adalah perantara di antara penjual dan pembeli untuk menyempurnakan jual beli. Samsarah menunjukkan kepada pembeli dan penjual suatu produk/jasa. *Samsarah* adalah suatu bantuan yang dilakukan oleh seseorang untuk orang/perusahaan.

⁴ Zulkifli, Rambu-Rambu Fiqh Ibadah, (Yogyakarta : Kalimedia, 2017) hal.4-6

Dasar hukum Samsarah dalam Al-Quran⁵:

أَسْكُنُوهُنَّ مِنْ حَيْثُ سَكُنْتُمْ مِنْ وُجْدِكُمْ

“.....kemudian jika mereka menyusukan (anak-anak)-mu maka berikanlah imbalannya kepada mereka...” At- Thalaaq ayat 6

Bisnis yang dijalankan dengan sistem *network marketing* tidak hanya sekedar menjalankan penjualan produk barang, tetapi juga jasa, yaitu jasa marketing yang berlevel-level (bertingkat-tingkat) dengan imbalan berupa *marketing fee*, bonus tergantung prestasi, dan level seorang anggota. Jasa marketing yang bertindak sebagai perantara antara produsen dan konsumen. Dalam istilah fiqih Islam hal ini disebut Samsarah/Simsar.

Kegiatan samsarah dalam bentuk distributor, agen, member atau mitra niaga dalam fiqih Islam termasuk dalam akad ijarah, yaitu suatu transaksi memanfaatkan jasa orang lain dengan imbalan, insentif atau bonus (ujrah). Semua ulama sepakat membolehkan akad seperti ini. Sama halnya seperti cara berdagang yang lain, strategi *network marketing* harus memenuhi rukun jual beli. Di samping itu komoditas yang dijual harus halal (bukan haram maupun syubhat), memenuhi kualitas dan bermanfaat. Distributor *Network marketing* tidak boleh memperjual belikan produk yang tidak jelas status halalhnya atau menggunakan modus penawaran (iklan) produksi promosi tanpa mengindahkan norma-norma agama dan kesusilaan.

⁵ Wahbah Az-Zuhaili, Fiqih Islam Wa Adillatuhu Jilid. 5, (Jakarta: Gema Insani, 2011) hal. 386

PT. Natural Nusantara (NASA) membuka sebuah peluang bagi seseorang yang ingin memiliki usaha sendiri atau wirausaha dengan sistem *Network marketing*. Strategi seperti ini tidak membutuhkan modal awal yang tinggi. Kebutuhan akan tempat usaha dan persediaan produk sudah disiapkan oleh perusahaan. Strategi seperti ini membuat banyak orang yang dulunya tidak bisa memiliki bisnis sendiri karena keterbatasan modal yang ada, akhirnya bisa menjadi pengusaha. Selain mendapatkan pendapatan melalui berjualan, ada bonus Pendapatan yang ditawarkan oleh PT. Natural Nusantara meliputi keuntungan langsung, rabat pengembangan, rabat karier, rabat kepemimpinan, rabat *break away*, rabat kualifikasi dan rabat tahunan.⁶

Perusahaan yang menggunakan strategi *network marketing* akan mendistribusikan produk-produknya melalui sebuah jaringan yang terdiri dari para pelaku bisnis independent di seluruh dunia secara bebas. Dengan sistem pendistribusian Pabrik - didistribusikan ke Perusahaan NASA - distribusi ke Stokis NASA - distribusi ke distributor/Konsumen. Berbeda dengan strategi konvensional yang sistem pendistribusian barang melalui tahapan Perusahaan - Agen Tunggal - Sub Agen - Grosir - Toko Pengecer - Konsumen.⁷

Sebagian orang mudah menjatuhkan hukum, padahal hanya Allah yang berhak untuk menghalalkan atau mengharamkan. Para ulama yang bijak tidak pernah menjatuhkan suatu hukum sebelum mengkaji dan mempelajari permasalahan dengan cermat. *Network marketing* sebagai

⁶ PT Natural Nusantara, *Paket Info Presentasi Bisnis Nasa* hal. 3

⁷ *Ibid.*, hal. 21

fenomena baru belum ada hukumnya dalam kitab-kitab klasik karena pada saat kitab-kitab itu disusun fenomena ini belum muncul. Namun para ulama juga memahami bahwa syariat ini juga tidak be ku. Sebagaimana hal yang lain, sebagai fenomena baru *network marketing* harus mendapat sentuhan dan perhatian yang adil dan proporsional, agar ia tidak dihalalkan atau diharamkan tanpa dasar untuk pengetahuan yang cukup terhadapnya. Demikian itu karena sebagaimana menghalalkan sesuatu yang haram itu dosa, dan mengharamkan sesuatu yang halal itu juga dosa.

Dari pernyataan diatas PT. Natural Nusantara dalam menjalankan bisnisnya menggunakan Akad Samsarah penulis sudah sedikit mengetahui sepenuhnya tentang sistem yang dijalankan tersebut, namun ada sedikit perbedaan antara teori dan praktek yang ada. Berdasarkan pemikiran di atas, maka penulis tertarik untuk menulis skripsi dengan judul **“Penerapan Akad Samsarah antara PT Natural Nusantara Stokis Tulungagung dengan Distributor ditinjau dari Hukum Islam.”**

B. Fokus Penelitian

Berdasar dari konteks penelitian diatas, maka perlu ditetapkan fokus penelitian yang sesuai dengan penelitian ini dan dapat menjawab permasalahan yang ada. Adapun fokus penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Penerapan akad Samsarah antara PT Natural Nusantara dengan Distributor ?

2. Bagaimana Penerapan akad Samsarah antara PT Natural Nusantara dengan Distributor ditinjau dari Hukum Islam ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari fokus penelitian di atas, penelitian ini memiliki tujuan umum mendeskripsikan tentang akad Samsarah antara PT Natural Nusantara Stokis Tulungagung dengan Distributor ditinjau dari Hukum Islam.

Adapun tujuan yang hendak dicapai di akhir kegiatan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis tentang:

1. Mendeskripsikan Penerapan akad Samsarah antara PT Natural Nusantara Stokis Tulungagung dengan Distributor.
2. Mendeskripsikan Penerapan akad Samsarah antara PT Natural Nusantara dengan Distributor ditinjau dari Hukum Islam.

D. Kegunaan Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis :

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk dijadikan sebagai sumber informasi dalam menjawab permasalahan-permasalahan yang terjadi dalam proses akad Samsarah antara perusahaan dengan distributor. Selain itu penelitian ini dapat bermanfaat sebagai bahan referensi dalam meningkatkan kualitas pembelajaran

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pengembangan ilmu pengetahuan, hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan untuk memperkaya khazanah yang berkaitan dengan ilmu hukum ekonomi syariah.
- b. Bagi perusahaan yakni PT Natural Nusantara hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan umpan balik tentang akad samsarah antara perusahaan dengan distributor ditinjau dari Hukum Islam.
- c. Bagi direktur perusahaan, penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan yang bermanfaat untuk mendorong terciptanya akad yang sesuai dengan Hukum Islam.

E. Penegasan Istilah

1. Penegasan Konseptual

Untuk memahami agar terhindar dari kesalahpahaman dalam memahami judul dan isi dari proposal skripsi yang telah penulis ajukan yakni “Penerapan Akad Samsarah Antara Perusahaan Dengan Distributor Ditinjau Dari Hukum Islam (Studi Kasus pada PT. Natural Nusantara Stokis Tulungagung).” maka penulis akan memberikan pengertian dari istilah penting yang terkandung sebagai berikut:

- a. Pengertian Akad Samsar

Menurut Hukum Islam perjanjian berasal dari kata *aqad* yang secara etimologi berarti “menyimpulkan”.⁸ Akad yang asal katanya berarti mengikat, mengumpulkan ini pengertiannya adalah “mengumpulkan dua tepi tali dan mengikat salah satunya dengan yang lain hingga bersambung, lalu keduanya bersambung menjadi sebagai sepotong benda.”⁹ Para fuqaha memakai juga istilah akad untuk sumpah, perjanjian maupun persetujuan jual beli. Sedangkan *samsarah* artinya perantara di antara penjual dan pembeli untuk menyempurnakan jual beli. *Simsar* menunjukkan kepada pembeli dan penjual suatu produk/jasa. *Samsarah* adalah suatu bantuan yang dilakukan oleh seseorang untuk orang/perusahaan. Dalam suatu keterangan dijelaskan: "Dari Ibnu Abbas r.a., dalam perkara *simsar* ia berkata tidak apa-apa, kalau seseorang berkata juallah kain ini dengan harga sekian, lebih dari penjualan harga itu adalah untuk engkau" (Riwayat Bukhari). Kelebihan yang dinyatakan dalam keterangan di atas adalah: harga yang lebih dari harga yang telah ditetapkan penjual barang itu, kelebihan barang setelah dijual menurut harga yang telah ditentukan oleh pemilik barang tersebut”¹⁰.

b. *System Network marketing*

⁸ Mahmud Yunus, *Kamus Arab Indonesia*, Jakarta : PT. Mahmud Yunus, 1929, hal 274

⁹ T.M. Hasbi Ash-Shiddieqy, *Pengantar Fiqh Mu'amalah*, Semarang : PT. Pustaka Rizki Putra, 1997, hal 26

¹⁰ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta, Rajawali Pers, 2016 hlm 85-86.)

Multi Level Marketing atau MLM disebut juga *Network Marketing*, adalah sebuah sistem pemasaran modern melalui jaringan distribusi yang dibangun secara permanen dengan memposisikan pelanggan perusahaan sekaligus sebagai tenaga pemasaran. Dengan kata lain, dapat dikemukakan bahwa *Multi Level Marketing* adalah pemasaran berjenjang melalui jaringan distribusi yang dibangun dengan menjanjikan konsumen (pelanggan) sekaligus sebagai tenaga pemasaran.¹¹

c. Hukum Islam

Pengertian hukum islam adalah aturan-aturan yang telah diberikan oleh Allah dan Rasulnya kepada umat-umat nya yang telah mukallaf. Adapun yang di maksud mukallaf di sini adalah umat-umat Rasulullah SAW yang telah diwajibkan melaksanakan aturan-aturan islah, ciri- ciri mukallaf adalah Islam, Berakal dan Baligh.

2. Penegasan Operasional

Berdasarkan penegasan istilah tersebut di atas, maka yang dimaksud dengan “Akad Simsar antara PT Natural Nusantara Stokis Tulungagung dengan Distributor ditinjau dari Hukum Islam adalah untuk mengetahui bagaimana sebenarnya Penerapan Akad Simsar antara PT Natural Nusantara dengan Distributor ditinjau dari Hukum Islam, sudahkan transaksi tersebut sesuai dengan Hukum Islam. Dalam hal ini, jika tidak mengikut ketentuan hukum Islam tidak diperbolehkan dan tidak sah pula akad Ijarahnya.

¹¹ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat, Cet. ke-III*, (Jakarta: Amzah, 2015), hal. 613

F. Sistematika Pembahasan

Dalam pembahasan penelitian yang berjudul “Penerapan Akad Simsar antara PT Natural Nusantara dengan Distributor ditinjau dari Hukum Islam (Studi Kasus pada PT Natural Nusantara Stokis Tulungagung).” disusun dengan menggunakan sistematika pembahasan sebagai berikut :

Bab I merupakan pendahuluan yang berisi uraian tentang konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, penegasan istilah dan sistematika pembahasan. Dalam bagian ini dimaksudkan untuk pengenalan dan mendeskripsikan permasalahan serta langkah awal yang memuat kerangka dasar teoritis yang akan dikembangkan dari bab awal ke bab selanjutnya.

Bab II berisi uraian kajian pustaka sebagai bahan yang digunakan dalam membahas obyek penelitian. Peneliti memaparkan tentang teori seputar Akad simsar yakni pengertian Akad simsar, network marketing sebagai sarana Akad simsar, pengertian Hukum Islam, dan penelitian terdahulu

Bab III berisi metode penelitian yang dipakai dalam rangka mencapai hasil penelitian secara maksimal yang memuat rancangan penelitian, kehadiran peneliti, lokasi penelitian sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.

Bab IV berisi tentang hasil penelitian yang menguraikan tentang paparan data, temuan penelitian serta analisis data yang telah diperoleh dengan memaparkan hasil penelitian. Pada sub bab pertama yang menjadi pokok

bahasan adalah mengenai Perusahaan Natural Nusantara serta awal mula pelaku usaha menerapkan sistem network marketing. Pada sub bab kedua Penerapan Akad Samsarah antara PT Natural Nusantara dengan Distributor, Penerapan Akad Samsarah antara PT Natural Nusantara dengan Distributor Ditinjau Dari Hukum Islam.

Bab V berisi tentang temuan penelitian dan analisis data/temuan penelitian mengenai analisis tentang Akad Sistem network marketing di Stokis PT Natural Nusantara cabang Tulungagung. Selanjutnya analisis mengenai Akad Simsar antara PT Natural Nusantara Stokis Tulungagung dengan Distributor ditinjau dari Hukum Islam.

Bab VI berisi tentang Penutup, berisi kesimpulan dan saran-saran. Uraian kesimpulan yang dijelaskan dalam penelitian kualitatif adalah temuan pokok. Sedangkan pada saran-saran dibuat berdasarkan hasil temuan dan pertimbangan peneliti, ditujukan kepada peneliti dalam bidang sejenis.