

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) telah menjadi salah satu model bisnis yang populer dan kontroversial dalam beberapa tahun terakhir. MLM melibatkan perekrutan anggota baru dan penjualan produk atau layanan melalui jaringan distributor independen. MLM melibatkan penjualan produk atau layanan melalui jaringan distributor independen yang tidak hanya menjual produk, tetapi juga merekrut anggota baru untuk menjadi distributor. Dalam model ini, distributor dapat memperoleh penghasilan dari penjualan langsung produk serta dari komisi yang diperoleh dari anggota baru yang mereka rekrut.

Strategi penetapan harga adalah proses menentukan harga yang tepat untuk produk atau layanan yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. Hal ini merupakan aspek kritis dalam pengambilan keputusan pemasaran, karena harga memiliki dampak langsung terhadap pendapatan, laba, dan citra merek perusahaan. Para ahli telah mengembangkan berbagai teori dan konsep yang membantu memahami dan menerapkan strategi penetapan harga yang efektif.²

² Abadi, Lilian Y., "Evaluasi Strategi Penetapan Harga Jual Dalam Bisnis Gourmet Land Cafe", *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol. 1 No. 1 (2016), hal.61

Pada bisnis MLM, strategi penetapan harga memiliki peran penting dalam menentukan kesuksesan bisnis dan keuntungan yang diperoleh oleh distributor. Pengaturan harga yang tepat dapat mempengaruhi daya tarik produk bagi konsumen, kompetitivitas dalam pasar, serta motivasi dan kepuasan distributor. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang strategi penetapan harga dalam konteks bisnis MLM menjadi sangat penting. Strategi penetapan harga dalam bisnis MLM memainkan peran krusial dalam menentukan kesuksesan bisnis dan keuntungan yang diperoleh oleh distributor. Harga yang ditetapkan harus mempertimbangkan berbagai faktor, seperti kebutuhan pasar, biaya produksi, struktur komisi, dan keunggulan produk. Oleh karena itu, penting untuk memahami strategi penetapan harga yang efektif dan sesuai dengan konteks bisnis MLM.

Beberapa teori dan konsep dari para ahli dapat memberikan wawasan yang berguna dalam memahami strategi penetapan harga dalam bisnis MLM. Terdapat tiga teori dalam strategi penetapan harga, yaitu konsep "harga psikologis" (*psychological pricing*) dianggap dapat relevan dalam konteks bisnis MLM. Konsep ini menyiratkan bahwa harga produk dapat mempengaruhi persepsi konsumen tentang kualitas dan nilai produk. Dalam bisnis MLM, harga yang ditetapkan dapat digunakan untuk menciptakan kesan eksklusivitas atau kualitas tinggi, yang dapat mempengaruhi motivasi distributor dan persepsi konsumen terhadap produk. Teori "harga referensi" (*reference pricing*) konsep ini menyiratkan

bahwa konsumen cenderung membandingkan harga suatu produk dengan harga yang sudah mereka kenal sebelumnya, baik sebagai referensi internal (pengalaman sebelumnya) atau referensi eksternal (harga produk sejenis di pasar). Dalam bisnis MLM, harga produk dapat dipengaruhi oleh harga produk sejenis di pasar konvensional atau harga produk MLM dari pesaing. Teori yang dianggap paling relevan adalah "teori penetapan harga berbasis nilai" (*value-based pricing theory*). Menurut teori ini, harga suatu produk atau layanan harus mencerminkan nilai yang diterima oleh konsumen, bukan hanya berdasarkan biaya produksi atau *markup* yang diinginkan oleh perusahaan.³ Dalam bisnis MLM, nilai yang diterima oleh konsumen dapat meliputi manfaat produk, kualitas, kepercayaan terhadap merek, dan pengalaman yang diberikan oleh distributor.

Namun, bisnis MLM juga telah menuai kritik dan kontroversi dalam konteks ekonomi syariah. Ekonomi syariah adalah kerangka ekonomi yang didasarkan pada prinsip-prinsip Islam, termasuk larangan riba (bunga), larangan *maysir* (judi), dan larangan *gharar* (ketidakpastian atau spekulasi). Beberapa aspek bisnis MLM, seperti struktur komisi yang terlalu bergantung pada perekrutan anggota baru, penggunaan skema piramida ilegal, atau praktik-praktik yang tidak transparan, dapat menimbulkan keraguan tentang kepatuhan terhadap prinsip-prinsip ekonomi syariah.

³ *Ibid*, hal.63

Perspektif ekonomi syariah mengacu pada prinsip-prinsip dan nilai-nilai yang terkandung dalam ajaran Islam, yang mencakup aspek etika, keadilan, dan kepatuhan terhadap hukum syariah. Dalam konteks strategi penetapan harga, ekonomi syariah memberikan panduan yang unik dan berbeda dalam menjalankan bisnis dan aktivitas ekonomi. Dalam Islam, konsep penting yang berkaitan dengan harga adalah "*gharar*" (ketidakpastian atau ketidakjelasan). *Gharar* dihindari dalam transaksi ekonomi, dan oleh karena itu, penetapan harga yang adil dan jelas sangat ditekankan. Penetapan harga dalam ekonomi syariah harus memperhatikan nilai-nilai keadilan, transparansi, dan saling menguntungkan bagi semua pihak yang terlibat.⁴

Prinsip utama dalam penetapan harga dalam ekonomi syariah adalah "*ta'awun*" (kerjasama) dan "*ukhuwah*" (persaudaraan). Dalam konteks bisnis MLM, strategi penetapan harga harus mempertimbangkan kepentingan bersama antara perusahaan MLM, distributor, dan konsumen. Harga yang ditetapkan harus memperhatikan keadilan bagi semua pihak, termasuk pemberian komisi yang wajar kepada distributor dan penentuan harga yang masuk akal bagi konsumen.

Selain itu, ekonomi syariah menganjurkan pentingnya menghindari praktek riba (bunga) dan ketidakadilan dalam harga.⁵ Dalam strategi penetapan harga dalam bisnis MLM, penting untuk menghindari praktik yang melibatkan sistem komisi yang tidak adil atau keuntungan yang tidak

⁴ Muslimin, Supriardi., dkk., "Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam", *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, Vol. 2 No. 1, (2020), hal.2

⁵ *Ibid.*, hal.3

proporsional bagi distributor. Penetapan harga harus memperhatikan biaya produksi, biaya operasional, dan margin keuntungan yang wajar, tanpa memanfaatkan posisi dominan atau mengeksploitasi anggota jaringan MLM. Aspek selanjutnya yang ditekankan adalah aspek sosial. Dalam bisnis MLM, penetapan harga harus mempertimbangkan dampak sosial dan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Produk atau layanan yang ditawarkan melalui bisnis MLM harus bermanfaat bagi konsumen dan masyarakat, serta mempromosikan nilai-nilai yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

Selain itu, penting untuk mempertimbangkan keadilan dan transparansi dalam strategi penetapan harga pada bisnis MLM. Dalam konteks ekonomi syariah, prinsip keadilan (*adl*) dan kejujuran (*shidq*) menjadi penting.⁶ Keadilan dalam struktur komisi dan alokasi harga produk dapat mempengaruhi kepuasan dan motivasi distributor MLM, sedangkan kejujuran dalam pengomunikasian harga dan manfaat produk dapat membangun kepercayaan konsumen. Pemahaman yang mendalam tentang teori strategi penetapan harga dalam perspektif ekonomi syariah dapat membantu perusahaan MLM untuk mengembangkan strategi yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Penetapan harga yang adil, transparan, dan saling menguntungkan akan mempromosikan keberlanjutan bisnis dan memperkuat citra perusahaan dalam komunitas bisnis dan masyarakat.

⁶ Alimuddin, "Merangkai Konsep Harga Jual Berbasis Nilai Keadilan Dalam Islam", *EKUITAS*, Vol. 15, No. 4, (2011)

Salah satu perusahaan MLM yang dikenal di Indonesia adalah Health Wealth Internasional (HWI). HWI telah menjadi pilihan bagi banyak individu yang tertarik untuk menjadi distributor dan memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh bisnis MLM. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi penetapan harga yang digunakan oleh *stockist* Health Wealth Internasional (HWI) dalam bisnis MLM mereka, dengan berfokus pada perspektif ekonomi syariah. *Stockist* HWI merupakan unit bisnis yang berperan penting dalam distribusi produk MLM, dimana mereka bertanggung jawab dalam penyediaan produk kepada para distributor dan pengelolaan stok produk.

Penelitian ini akan melibatkan analisis terhadap struktur komisi yang diterapkan oleh HWI kepada distributor mereka, kebijakan penetapan harga produk, dan metode promosi penjualan yang digunakan oleh *stockist* HWI. Selain itu, akan dilakukan pula penilaian terhadap kepatuhan *stockist* HWI terhadap prinsip-prinsip ekonomi syariah. Studi kasus pada *stockist* HWI dipilih karena *stockist* merupakan unit bisnis yang memiliki peran sentral dalam distribusi produk MLM. Melalui studi kasus ini, akan dikaji lebih dalam strategi penetapan harga yang digunakan oleh *stockist* HWI dalam menjalankan bisnis MLM mereka. Data dan informasi akan dikumpulkan melalui wawancara dengan manajemen *stockist* HWI, distributor, dan konsumen.

Dalam penelitian ini, akan dievaluasi kepatuhan *stockist* HWI terhadap prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam aspek penetapan harga.

Dengan melakukan penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan strategi penetapan harga yang lebih sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam bisnis MLM pada studi kasus *stockist* HWI. Temuan dan rekomendasi dari penelitian ini dapat memberikan panduan bagi HWI dan pihak terkait lainnya dalam mengembangkan model bisnis MLM yang lebih berkesinambungan dan sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah.

Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan manfaat praktis bagi para distributor dan konsumen dalam konteks ekonomi syariah. Dengan memahami strategi penetapan harga yang sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah, para distributor HWI dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana mereka dapat menjalankan bisnis MLM dengan cara yang sesuai dengan nilai-nilai agama mereka. Mereka dapat mengoptimalkan potensi pendapatan mereka dengan mempertimbangkan prinsip keadilan dalam struktur komisi, penggunaan harga yang sesuai dengan nilai-nilai pasar, serta melibatkan praktik bisnis yang transparan dan jujur.

Di sisi konsumen, penelitian ini dapat memberikan kepastian bahwa produk atau layanan yang mereka beli dari bisnis MLM seperti HWI telah mempertimbangkan prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam penetapan harga. Mereka dapat merasa lebih percaya dan yakin bahwa mereka tidak dimanipulasi atau dieksploitasi dalam transaksi bisnis. Dengan demikian, penelitian ini dapat meningkatkan kepercayaan dan

kepuasan konsumen dalam konteks bisnis MLM yang berbasis ekonomi syariah.

Selain dampak praktis, penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi teoritis bagi literatur ekonomi syariah. Dengan memperluas pemahaman tentang implementasi prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam bisnis MLM, penelitian ini dapat memberikan wawasan baru dan pemikiran yang mendalam dalam bidang ini. Hal ini dapat memperkaya literatur akademik dan membuka jalan untuk penelitian lanjutan tentang topik yang terkait.

Dalam rangka menjalankan penelitian ini, akan digunakan pendekatan kualitatif. Data akan dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan manajemen *stockist* HWI, distributor, dan konsumen yang terlibat dalam bisnis MLM. Selain itu, data juga akan dikumpulkan melalui analisis dokumen, observasi, dan survei. Metode analisis yang tepat akan digunakan untuk menginterpretasikan data yang dikumpulkan dan menjawab pertanyaan penelitian.

Diharapkan bahwa hasil dan temuan dari penelitian ini dapat memberikan panduan praktis dan teoritis dalam mengembangkan strategi penetapan harga yang sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam bisnis MLM pada studi kasus *stockist* HWI. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan keberlanjutan dan akseptabilitas bisnis MLM dalam konteks ekonomi syariah, serta memberikan manfaat bagi semua pihak yang terlibat dalam industri ini.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah yang diambil dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi penetapan harga yang diterapkan pada bisnis *multi level marketing* Health Wealth International di Kecamatan Rejotangan, Kabupaten Tulungagung?
2. Bagaimana sudut pandang ekonomi syariah terhadap strategi penetapan harga yang diterapkan pada bisnis *multi level marketing* Health Wealth International di Kecamatan Rejotangan, Kabupaten Tulungagung?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini, antara lain:

1. Untuk mengetahui teori strategi penetapan harga yang diterapkan oleh bisnis *multi level marketing* Health Wealth Internasional di Kecamatan Rejotangan, Kabupaten Tulungagung.
2. Untuk mengetahui sudut pandang ekonomi syariah terhadap strategi penetapan harga yang diterapkan pada bisnis *multi level marketing* Health Wealth Internasional di Kecamatan Rejotangan, Kabupaten Tulungagung.

D. Pembatasan Masalah

Batasan masalah dibuat untuk membatasi topik pembahasan dalam penelitian ini agar hasil pembahasan dapat fokus serta menjawab rumusan masalah. Adapun batasan-batasan masalah pada penelitian ini antara lain:

1. Bisnis *multi level marketing* Health Wealth Internasional
2. Strategi penetapan harga
3. Pandangan ekonomi syariah terhadap strategi yang digunakan

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dibagi menjadi tiga bagian, yaitu:

1. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan memberi kontribusi literasi bagi mahasiswa ekonomi syariah dalam topik terkait dengan strategi penetapan harga pada bisnis MLM.

2. Bagi Tempat Penelitian

Dengan memahami strategi penetapan harga yang sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah, para distributor HWI dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana mereka dapat menjalankan bisnis MLM dengan cara yang sesuai dengan nilai-nilai agama mereka. Mereka dapat mengoptimalkan potensi pendapatan mereka dengan mempertimbangkan prinsip keadilan dalam struktur komisi, penggunaan harga yang sesuai dengan nilai-nilai pasar, serta melibatkan praktik bisnis yang transparan dan jujur.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi teoritis bagi literatur ekonomi syariah. Dengan memperluas pemahaman tentang implementasi prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam bisnis MLM, penelitian ini dapat memberikan wawasan baru dan pemikiran yang mendalam dalam bidang ini. Hal ini dapat memperkaya literatur akademik dan membuka jalan untuk penelitian lanjutan tentang topik yang terkait.

F. Definisi Istilah

Untuk mempermudah dalam memahami penelitian ini, penulis akan memberikan deskripsi singkat mengenai tiga topik utama dalam pembahasan penelitian ini:

1. Bisnis *Multi Level Marketing*

Multi-level marketing (MLM), juga dikenal sebagai pemasaran berjenjang atau pemasaran jaringan, adalah model bisnis di mana perusahaan menjual produk atau jasa melalui jaringan distributor independen. Dalam MLM, distributor tidak hanya menjual produk kepada pelanggan tetapi juga merekrut orang lain untuk bergabung sebagai distributor di bawah mereka. Setiap distributor mendapatkan komisi tidak hanya dari penjualan produk yang mereka lakukan sendiri, tetapi juga dari penjualan yang dilakukan oleh anggota yang mereka rekrut.

Dalam MLM, distributor biasanya dianggap sebagai mitra atau anggota tim perusahaan dan diberikan kesempatan untuk membangun organisasi dan mencapai tingkat penghasilan yang lebih tinggi melalui upaya penjualan dan rekrutmen mereka. Distributor memiliki tanggung jawab untuk mempromosikan produk perusahaan, melatih dan mendukung anggota tim mereka, serta mengembangkan jaringan bisnis mereka sendiri. Dalam beberapa MLM, komisi dan bonus juga dapat diperoleh melalui mencapai target penjualan tertentu, membangun struktur organisasi yang kuat, atau mencapai pangkat tertentu dalam hierarki perusahaan.

2. Health Wealth International

Health Wealth International (HWI) adalah salah satu pelaku bisnis *multi level marketing* yang didirikan di Indonesia pada tahun 2009. Perusahaan ini menjual berbagai produk kesehatan dan kebugaran, termasuk suplemen nutrisi, produk perawatan pribadi, dan produk perawatan rumah. HWI memiliki jaringan lebih dari 1 juta distributor di Indonesia dan negara-negara lain di Asia Tenggara.

HWI adalah anggota Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (DSAI) dan diatur oleh Kementerian Perdagangan Indonesia. Perusahaan ini juga merupakan anggota *World Federation of Direct Selling Associations* (WFDSA). Produk-

produk HWI diproduksi sesuai dengan standar Cara Pembuatan Obat yang Baik (CPOB). Produk perusahaan juga telah teruji keamanan dan khasiatnya. HWI menawarkan berbagai peluang bisnis bagi para distributornya. Distributor dapat memperoleh komisi atas penjualan produk HWI, serta bonus dan insentif.

HWI adalah perusahaan penjualan langsung terkemuka yang menawarkan berbagai produk kesehatan dan kebugaran. Perusahaan ini memiliki jaringan distributor yang kuat dan reputasi yang baik. Berikut adalah beberapa produk yang dijual oleh Health Wealth International:

- a) Suplemen nutrisi: Suplemen ini dirancang untuk meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan secara keseluruhan. Suplemen ini mencakup vitamin, mineral, herbal, dan bahan-bahan alami lainnya.
- b) Produk perawatan pribadi: Produk-produk ini dirancang untuk membersihkan, melembabkan, dan melindungi kulit dan rambut. Produk ini meliputi sabun, sampo, kondisioner, lotion, dan produk lainnya.
- c) Produk perawatan rumah: Produk-produk ini dirancang untuk membersihkan dan mendisinfeksi rumah. Produk ini termasuk deterjen, cairan pencuci piring, penyegar udara, dan produk lainnya.

3. Strategi Penetapan Harga

Strategi penetapan harga adalah proses dan pendekatan yang digunakan oleh perusahaan untuk menentukan harga produk atau jasa yang mereka tawarkan kepada pelanggan. Tujuan dari strategi penetapan harga adalah untuk mengoptimalkan keuntungan perusahaan, mencapai target penjualan, dan mempertimbangkan faktor-faktor pasar yang mempengaruhi permintaan dan persaingan. Strategi penetapan harga yang dipilih oleh suatu perusahaan akan sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti tujuan perusahaan, posisi di pasar, segmentasi pasar, diferensiasi produk, biaya produksi, dan respons pelanggan terhadap harga.

G. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini disusun menjadi tiga bagian yaitu bagian awal, bagian utama dan bagian akhir.

1. Bagian Awal

Bagian ini terdiri dari Halaman Sampul Depan, Halaman Judul, Halaman Persetujuan, Halaman Pengesahan, Motto, Halaman Persembahan, Kata Pengantar, Daftar Isi, Daftar Tabel, Daftar Gambar, Daftar Lampiran, dan Abstrak.

2. Bagian Utama

Bagian ini terdiri dari lima bab yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan diuraikan menjadi beberapa sub bab yang berisi antara lain: latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan

masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup keterbatasan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Kajian pustaka yang membahas semua variabel berdasarkan pada teori dan kajian penelitian terdahulu mencakup multi-level marketing, health wealth international, strategi penetapan harga, strategi penetapan harga dalam islam dan kerangka berpikir

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi Penelitian yang membahas tentang jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, sumber data variabel, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Di bab ini membahas tentang hasil penelitian yang sudah didapatkan dari pengamatan, wawancara dari berbagai narasumber, dan juga dari data yang sudah diperoleh.

BAB V : PEMBAHASAN

Di dalam bab ini terdiri dari pembahasan terkait data penelitian dan hasil analisis data. Di bab ini akan dijelaskan secara lengkap mengenai hasil penelitian dan akan disimpulkan pada bab selanjutnya.

BAB VI : PENUTUP

Terdiri dari penutup, kesimpulan dan saran.

3. Bagian Akhir

Terdiri dari daftar pustaka, riwayat hidup penulis, dan lampiran-lampiran.