

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Sistem *Marketing Network* PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) Dalam Tinjauan Fatwa DSN MUI NO. 75/DSN MUI/VII/2009 (Studi Pada Pusat Agency (PA) Tulungagung JL. I Gusti Ngurah Rai Gang II, Bago, Kec. Tulungagung, Kab. Tulungagung)” yang ditulis oleh Muhamad Muksin, NIM 2821133010, Pembimbing Lailatul Nikmah, M. Pd.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin pesatnya praktik sistem *Marketing Network*/penjualan langsung atau masyarakat lebih mengenalnya dengan istilah *Multi Level Marketing*. Strategi pemasaran ini sangat populer karena adanya dukungan akses jaringan sosial modern. Namun demikian, dalam perkembangannya, muncul penipuan bisnis yang berkedok MLM sehingga membuat citra bisnis MLM ini menjadi buruk di mata masyarakat. Akibatnya, bisnis MLM ini sering menerima kritik dari masyarakat. Hal ini disebabkan sebagian besar orang yang berbisnis MLM tidak memahami karakteristik dari bisnis MLM secara keseluruhan, baik apakah dalam bisnis ini mengandung unsur yang dilarang atau tidak, dan apakah sistem pemasaran bisnis ini sesuai dengan hukum Islam.

Fokus penelitian ini adalah: (1) Bagaimana Sistem *Marketing Network* PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) pada Pusat Agency (PA) Tulungagung? (2) Bagaimana tinjauan fatwa DSN MUI NO. 75/DSN MUI/VII/2009 terhadap Sistem *Marketing Network* PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) pada Pusat Agency (PA) Tulungagung? Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Untuk menjelaskan Sistem *Marketing Network* PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) pada Pusat Agency (PA) Tulungagung, (2) Untuk menganalisa Sistem *Marketing Network* PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) pada Pusat Agency (PA) Tulungagung terhadap fatwa DSN MUI NO. 75/DSN MUI/VII/2009.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, proses pengumpulan data dengan menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi tentang Sistem *Marketing Network* PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) pada Pusat Agency (PA) Tulungagung yang dianalisa dengan fatwa DSN MUI NO. 75/DSN MUI/VII/2009. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data, dan verifikasi kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Sistem pemasaran produk HPAI di Pusat Agency Bago Tulungagung yang menggunakan sistem *marketing network* menerapkan prinsip kebebasan. Artinya setiap Agen HPAI tidak terikat untuk belanja atau menjual produk HPAI hanya pada jaringannya saja melainkan boleh ke jaringan lain. Prinsip kebebasan dalam kegiatan belanja atau menjual produk HPAI ini juga bertanggungjawab. Para Agen HPAI tetap memperhatikan aturan-aturan yang ditetapkan oleh perusahaan, yaitu menggunakan harga agen jika menjual produk HPAI ke sesama agen dan menggunakan harga konsumen jika menjual produk HPAI ke konsumen. Produk yang diperjualbelikan juga jelas spesifikasinya sehingga tidak menimbulkan unsur *gharar* dalam jual beli. (2) Praktik bisnis yang dijalankan oleh perusahaan HPAI ada beberapa yang sesuai dan adapula yang kurang sesuai dengan ketentuan Fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah. Adapun yang sesuai

dengan ketentuan Fatwa DS MUI No. 75 Tahun 2009 adalah produk HPAI yang dijual telah mendapat labelisasi halal dari MUI dan mendapat izin edar dari BPOM RI, pemberian bonus atau komisi oleh perusahaan kepada para Agennya jelas perhitungannya yaitu didasarkan pada level kepangkatan dan banyaknya poin yang dikumpulkan oleh seorang Agen dari kegiatan belanja dan menjual produk-produk HPAI.

Sedangkan yang kurang sesuai dengan ketentuan Fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009 adalah masalah harga. Harga konsumen yang ditetapkan oleh HPAI cukup mahal jika dibandingkan dengan produk sejenis dari perusahaan lain yang beredar dipasaran. Sehingga masyarakat konsumen kalangan bawah cukup sulit untuk menjangkaunya. Selain itu masalah pembinaan dan pengawasan yang dalam realisasinya kurang bisa menyeluruh. Dalam artian masih belum sesuai dengan kebutuhan para Agen yang berkepentingan dan tidak sesuai ketentuan yang terdapat pada Buku Peraturan Keagenan HPAI.

Kata Kunci :Bisnis, Sistem Marketing, *Multi Level Marketing*, Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia Nomor 75 Tahun 2009

## ABSTRACT

This research under the title "Network Marketing System Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) Ltd. in Preview fatwa National Sharia Board Council of Ulama Indonesia Number 75 / DSN MUI / VII / 2009 (Studies in Central Agency (CA) Tulungagung St. I Gusti Ngurah Rai Hallway II, Bago, Tulungagung Sub District, Tulungagung City)" written by Muhamad Muksin, NIM 2821133010, Supervisor Lailatul Nikmah, M. Pd.

This research is motivated by getting quick practices Network Marketing system / direct selling or the public more familiar with the term Multi Level Marketing. This marketing strategy is very popular because of their support for modern social networking access. However, in its development, emerging scams masquerading as MLM business that makes this MLM business image to be bad in the eyes of society. As a result, this MLM business often received criticism from the public. It is caused a considerable part person which gets business MLM not understand characteristic of MLM'S business as a whole, well what in this business contain element that is prohibited or not, and whether the business marketing system in accordance with Islamic law.

The focus of this research are: (1) How does the System Marketing Network Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) Ltd. in the Central Agency (CA) Tulungagung? (2) How does a review fatwa of the National Sharia Board Indonesian Ulama Council Number. 75/DSN MUI/VII/2009 against Network Marketing System Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) Ltd. in the Central Agency (PA) Tulungagung? As for the objectives of this study were: (1) To explain the System Marketing Network Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) Ltd. in the Central Agency (CA) Tulungagung, (2) To analyze the System Marketing Network Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) Ltd. in Center Agency (CA) Tulungagung to the fatwa National Sharia Board Indonesian Ulama Council Number. 75 / DSN MUI / VII / 2009.

This study is a qualitative research, the data collection process by using the method of observation, interviews and documentation about

Network Marketing System Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) Ltd. in the Central Agency (CA) Tulungagung analyzed by the fatwa National Sharia Board Indonesian Ulama Council Number. 75/DSN MUI/VII/2009. While data analysis technique used in this research is data reduction, data display, and conclusion verification.

The result of this research showed that: (1) HPAI'S product marketing system at Centers Agency Bago Tulungagung that using marketing network's system apply freedom principle. Its mean each HPAI'S Agent unattached for expense or sells HPAI'S product at only network it just but may go to network any other. The principle of freedom in expense activity or sells this HPAI'S product also responsible. Agents HPAI regard to rules set by the company, which is using an agent if the sell price of HPAI to other agents and to use consumer prices when selling products to consumers HPAI. Products are sold also clear specifications so as not to cause gharar in buying and selling. (2) The business practices employed by the HPAI company there are some appropriate and those that are less in accordance with the provisions Fatwa of the National Sharia Board Council of

Ulama Indonesia Number 75 Year 2009 on Direct Sales Tiered Sharia. As in accordance with the provisions Fatwa of National Sharia Board Council of Ulama Indonesia Number 75 Year 2009 is the product of HPAI sold has got halal labeling of MUI and received marketing authorization from BPOM RI, bonuses or commissions by the company to the Agency's obvious calculation is based on the level rank and the number of points collected by an agent of shopping activities and sell products of HPAI.

While the less in accordance with the provisions Fatwa of the National Sharia Board Council of Ulama Indonesia Number 75 Year 2009 is the price issue. Consumer prices are set by HPAI is quite expensive when compared to similar products from other companies in the market. So that the consumer society under quite difficult to reach. Besides the problem of supervision over the realization that less can be thorough. In a sense still does not meet the needs of the agency concerned and not according to the provisions contained in Rule Book Agency HPAI.

Keywords :Business, Systems Marketing, *Multi Level Marketing*, National Sharia Board Fatwa Council of Ulama Indonesia Number 75 Year 2009