

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut ini:

1. Sistem *Marketing Network* PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) Pada Pusat Agency (PA) Bago Tulungagung

Sistem pemasaran produk-produk HPAI dilakukan dengan *online* maupun *offline*. Setiap Agen tidak terikat untuk melakukan belanja ataupun menjual produk-produk HPAI hanya pada jaringannya saja melainkan boleh ke jaringan lain. Artinya perusahaan HPAI memberlakukan prinsip kebebasan dalam berniaga dan tidak ada unsur paksaan. Prinsip kebebasan yang dipraktikkan oleh PT. HPAI juga bertanggungjawab. Artinya, PT. HPAI dan para Agennya selaku pelaku usaha tetap memperhatikan rambu-rambu Islam dalam melakukan perniagaan. Tidak ada unsur *gharar* pada produk yang dijualnya serta tidak memakan harta sesama secara *bathil*. Hal itu dibuktikan dengan dikeluarkannya buku Peraturan Keagenan oleh PT. HPAI untuk dijadikan pedoman bagi setiap Agennya yang melakukan perniagaan. Selain itu produk-produk HPAI sudah mendapat labelisasi halal dari MUI dan izin edar dari BPOM RI.

2. Sistem *Marketing Network* PT. HPAI dalam Tinjauan Fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah.

Praktik pemasaran produk-produk HPAI yang menggunakan Sistem *Marketing Network* tidak semuanya memenuhi ketentuan Fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah. Ada yang sudah memenuhi ketentuan adapula yang kurang sesuai. Adapun yang memenuhi ketentuan Fatwa DSN MUI pada intinya sebagai berikut:

- a. Produk yang diperjualbelikan di HPAI jelas dan tidak ada unsur haram karena sudah mendapat labelisasi dari MUI dan izin edar dari BPOM RI.
- b. Sistem Bonus di HPAI adalah mengadopsi azas keadilan. Artinya siapa yang bekerja dan memiliki prestasi yang lebih baik, maka dialah yang memperoleh penghargaan bonus yang lebih tinggi dari perusahaan. Selain itu bonus yang diberikan berdasarkan kerja nyata, transparansi yang jelas, sistem yang tidak mendukung terjadinya *ighra'*, tidak adanya eksploitasi dalam pelaksanaan prosedur pembagian bonus. Hanya perlu perbaikan dibagian aspek perlindungan *downline* dari *upline* yang tidak memenuhi amanah sebagai fasilitator perkembangan *downline*, sehingga bonus yang didapat bukan hanya halal namun juga *toyyib*.

Sedangkan yang kurang sesuai dengan ketentuan Fatwa DSN MUI adalah sebagai berikut:

- a. Masalah harga. HPAI menetapkan dua macam harga yaitu harga yang khusus diberlakukan bagi Agen dan harga yang khusus diberlakukan bagi konsumen. Namun yang menjadi permasalahan adalah selisih antara harga agen dengan harga konsumen pada produk HPAI ada yang cukup banyak. Harga konsumen yang ditetapkan oleh PT. HPAI jika dibandingkan dengan

produk sejenis dari perusahaan lain juga memiliki selisih yang cukup banyak. Sehingga hal itu membuat masyarakat konsumen kalangan bawah cukup sulit untuk menjangkaunya. Meskipun PT. HPAI juga mengimbanginya dengan menawarkan kualitas produk yang bagus tetapi ada produk perusahaan lain yang juga memiliki kualitas yang setara pada produk yang sejenis. Sehingga mengenai harga PT. HPAI kurang sesuai dengan ketentuan Fatwa DSN MUI poin 4 yang berbunyi “*Tidak ada kenaikan harga/biaya yang berlebihan (excessive mark-up), sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas/manfaat yang diperoleh*”.

- b. Pembinaan dan Pengawasan. Para *upline* di HPAI diwajibkan untuk membina *downline* pada jaringannya. Jika *upline* tidak menjalankan kewajiban tersebut maka bisa dikenai sanksi pelanggaran ringan atau sedang. Hanya saja yang disayangkan adalah pembinaan disini tidak ada target berapa kali dalam sebulan atau setahunnya sehingga akan menghambat perkembangan suatu jaringan jika dalam jaringan kerja HPAI mayoritas belum paham dengan mekanisme kerja di HPAI. Selain itu jika ada Agen yang mengetahui adanya pelanggaran yang dilakukan oleh Agen lain baik pelanggaran dalam memasarkan produk HPAI, pelanggaran dalam merekrut agen baru atau pelanggaran lainnya, Agen yang mengetahui tersebut hanya sebatas bisa melapor melalui *E-mail*. Pengaduan masalah melalui media tersebut tentunya juga memakan waktu yang cukup lama dalam proses penyelesaiannya. Selain itu PT. HPAI juga tidak

menempatkan Agen khusus pada setiap kota atau kabupaten yang terdapat jaringan kerja HPAI nya untuk menerima pengaduan, konsultasi atau melakukan pengawasan terhadap setiap jaringan kerja HPAI yang ada. Sehingga masalah pembinaan dan pengawasan kepada Agen atau anggota jaringan kerja dinilai kurang sesuai dengan ketentuan fatwa DSN MUI poin 11 yang berbunyi: “*Setiap mitra usaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya tersebut*”.

## **B. Saran-saran**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, peneliti menemukan bahwa masih ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam praktik bisnis berjenjang atau *Multi Level Marketing*, diantaranya adalah:

1. Masyarakat pelaku usaha harus selektif dalam memilih usaha berbasis bisnis berjenjang atau *Multi Level Marketing*, dalam artian harus memperhatikan bagaimana sistem bisnisnya maupun produknya yang dijual sudahkah memenuhi kriteria dalam ekonomi Islam atukah belum memenuhi.
2. Mengenai harga produk, harusnya PT. HPAI menyesuaikan dengan harga produk sejenis yang beredar dipasaran dan selisih antara harga agen dengan harga konsumen harusnya tidak terlalu besar. Dengan demikian produk-produk HPAI khususnya produk keseharian seperti sabun, madu, minyak terapi bisa dijangkau oleh masyarakat konsumen kalangan bawah.
3. Mengenai pembinaan dan pengawasan perlu mendapat inovasi. Yaitu menempatkan Agen khusus di setiap kota/kabupaten untuk melakukan

pengawasan dan menerima laporan atau pengaduan jika terjadi pelanggaran yang dilakukan oleh Agen HPAI mengingat bisnis MLM rawan akan pelanggaran dan kecurangan. Sehingga penanganan masalah pelanggaran bisa lebih cepat dan efektif. Selanjutnya perlu adanya target dalam pembinaan baik perbulannya atau pertahunnya berapa kali. Sehingga suatu jaringan kerja akan lebih mudah berkembang dan pemerataan kesempatan untuk sukses bagi setiap Agen bisa berjalan lebih efektif.