

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. LATAR BELAKANG MASALAH

Penjualan barang atau jasa sekarang ini terus meningkat, diantaranya mengikat konsumen agar setia dengan produk yang dijual. Caranya sangat beragam di antaranya dengan menerapkan sistem *Multi Level Marketing* (MLM).

Sistem pemasaran dan penjualan dengan *Multi Level Marketing* semakin marak. Banyak produk yang dipasarkan dengan sistem ini. Bahkan sebagian produk bisa diperoleh dengan harga yang lebih murah dengan menjadi member pada lembaga yang menerapkan sistem ini. Sehingga masyarakat yang membutuhkan suatu produk tersebut tertarik untuk menjadi anggotanya atau dalam beberapa prakteknya, banyak point dan bonus yang dijanjikan bagi para anggota. Sehingga mereka bersemangat memasarkan produk tersebut untuk mengejar poin dan bonus tersebut. Dan terkadang ada yang berniat gabung demi mendapatkan bonus, bukan karena butuh kepada produk yang dijual.<sup>1</sup>

Dalam bisnis penyediaan jasa layanan perjalanan haji dan umrah, saat ini sebagian biro perjalanan haji dan umrah maupun Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ada yang mulai menerapkan membayar tunai atau non tunai di antaranya adalah KBIH Raudhlatusy Syarifah Al-Mufti.

KBIH Raudhlatusy Syarifah Al-Mufti adalah bimbingan perjalanan haji dan umrah yang resmi beroperasi sejak tahun 2002. Meski masih terbilang baru tapi KBIH ini sudah meluas sampai ke beberapa daerah di Semarang seperti daerah Karang Ayu, Tambak

---

<sup>1</sup><http://www.voa-islam.com/islamia/tsaqofah/2010/12/06/12129/mlm-dalam-pandangan-islam/>, diakses pada hari Kamis, 14 November 2013 jam 19.00

Lorok, Boyolali, Tanah Putih, Pedurungan dan sekitarnya. Hingga saat ini bimbingan haji dan umroh tersebut telah memberangkatkan lebih dari 689 jamaah umrah/haji ke tanah suci pertahunnya. Periode tahun 2012 perusahaan ini memberangkatkan 364 jamaah umrah sedangkan untuk jamaah haji reguler dan plus yang tercatat untuk pemberangkatan 325 jamaah.

Selain menawarkan jasa layanan perjalanan umrah/ haji dengan bayar tunai, KBIH Raudhlatusy Syarifah Al- Mufti juga memberikan alternatif non tunai. Melalui program jalinan silaturahmi yang melibatkan jamaah selain sebagai konsumen, juga menjadi bagian dari manajemen pemasaran dengan konsep kemitraan bagi hasil, dimana sebagian besar keuntungan perusahaan dikembalikan kepada jamaah dalam bentuk komisi atau bonus. Caranya calon konsumen mendaftarkan diri dengan mengisi formulir, kemudian membayar *down payment* (DP) Rp.3.500.000,- untuk umrah atau Rp.5.000.000,- untuk haji plus. Sisanya dibayar menyusul, baik dengan tunai atau dengan cara mendaftarkan 3 jamaah lain untuk ikut dalam program ini. Jika sudah lunas 1 paket biaya umrah atau haji konsumen tinggal pilih jadwal keberangkatan atau konsumen memilih menerima uang jasa komisi sebesar Rp.1.500.000 untuk umrah atau Rp.2.500.000 untuk haji yang akan di transfer ke rekening konsumen setiap mendaftarkan orang jamaah, baik model pembayaran tunai maupun pembayaran DP ( *down payment* ) saja.<sup>2</sup>

Mekanisme pemasarannya 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

---

<sup>2</sup>K.H. Syarif Hidayatullah, *wawancara*, Semarang, 16 Februari 2013

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 dipraktikkan oleh KBIH Raudhlatusy Syarifah Al-Mufti tersebut mengarah pada *Multi Level Marketing* (MLM). Disana ada *upline* dan *down line*, ada bonus/ *fee* yang diberikan kepada konsumen apabila ia merekomendasikan konsumen baru atau calon jamaah. Dari sisi lain, sistem pembagian bonus yang diterapkan KBIH Raudhlatusy Syarifah Al- Mufti 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*).

Di dalam fatwa DSN MUI pun dijelaskan, tentang ketentuan yang harus dipenuhi oleh pemohon Penjualan Langsung Berjenjang Syariah, diantaranya yaitu :

1. Adanya obyek transaksi riil yang diperjualbelikan 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, dzulm, maksiat,
4. Tidak ada kenaikan 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 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 tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan aqidah, syariah dan akhlak mulia, seperti syirik, 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.<sup>3</sup>

Dari segi kemungkinan bahwa praktik penjualan jasa layanan perjalanan umrah/haji tersebut terkategori MLM, masalah tersebut menarik dikaji karena hukum MLM sendiri masih diperselisihkan oleh para ahli hukum Islam. *Multi Level Marketing* adalah sistem

---

<sup>3</sup>Fatwa DSN-MUI No. 75 Tahun 2009, Tentang PLBS, h. 5

pemasaran melalui jaringan distributor yang dibangun secara berjenjang dengan mempromosikan pelanggan perusahaan sekaligus sebagai tenaga pemasaran.<sup>4</sup>

Didalam MLM terdapat pengupahan (berupa bonus) atas prestasi yang dilakukan member, yakni merekrut orang lain yang kemudian menjadi *down line* nya. Karena di dalam *multi level marketing* berpotensi untuk berjalan dengan pijakan akad *ju'alah*. Dalam fatwa DSN MUI No. 62 Tahun 2007, *Ju'alah* adalah janji atau komitmen (*iltizam*) untuk memberikan imbalan (*reward/iwadh/ju'l*) tertentu atas pencapaian hasil (*natijah*) yang ditentukan dari suatu pekerjaan.<sup>5</sup> *Ja'il* adalah pihak yang berjanji akan memberikan imbalan tertentu atas pencapaian hasil pekerjaan (*natijah*) yang ditentukan. *Maj'ul lah* adalah pihak yang melaksanakan *Ju'alah*.

Dalam hal ini para ulama berselisih pendapat tentang keharaman dan kebolehannya. Menurut Imam Malik pengupahan atau pemberian hadiah itu dibolehkan pada sesuatu yang ringan dengan dua syarat, yakni tidak ditentukan masanya dan upahnya jelas diketahui.<sup>6</sup>

Syafiiyah dan Hanabilah memandang akad *ju'alah* diperbolehkan dengan landasan firman Allah SWT dalam al-Qur-an Surat Yusuf ayat 72:



Artinya: "Penyeru-penyeru itu berkata: "Kami kehilangan piala raja, dan siapa yang dapat mengembalikannya akan memperoleh bahan makanan (seberat) beban unta, dan Aku menjamin terhadapnya".<sup>7</sup> (Q.S. Yusuf: 72)

<sup>4</sup>Kuswara, *Mengenal MLM Syariah( dari Halal, Haram, Kiat Berwirausaha, Sampai dengan Pengelolaannya)* , Jakarta: Qultum media 2005, h.17

<sup>5</sup>Fatwa DSN MUI No. 62/DSN-MUI/XII/2007 Tentang Akad Ju'alah, h. 4

<sup>6</sup><http://www.stiualhikmah.ac.id/index.php/artikel-ilmiah/147-ju-alah>, diakses pada hari Selasa 26 November 2013, Jam 21.00

<sup>7</sup>Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Terjemahannya*, Bandung: CV Penerbit Jumanatul 'Ali-Art, 2005, h. 245

Menurut madzhab Hanafiah, akad *ju'alah* tidak diperbolehkan, karena mengandung unsur *gharar*, yakni ketidakjelasan pekerjaan dan jangka waktunya. Namun begitu, sebagian ulama Hanafiah memperbolehkan dengan dasar *istihsan* (karena ada nilai manfaat).

Karena itu apa yang secara lahir diperlihatkan fakta di Raudhlatusy Syarifah Al-Mufti di atas penting dikaji dan diklarifikasi lebih lanjut dengan seksama untuk mengungkapkan apa yang sebenarnya terjadi di baliknya. Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai sistem marketing haji dan umrah yang diterapkan Raudhlatusy Syarifah Al-Mufti maka diperlukan studi lapangan.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk membahas lebih dalam bentuk skripsi mengenai **“Analisis Hukum Islam Terhadap Sistem Marketing Haji Dan Umroh di KBIH Raudhlatusy Syarifah Al- Mufti Semarang.”**

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Dengan memperhatikan latar belakang masalah maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Pelaksanaan Sistem Marketing di KBIH Raudhlatusy Syarifah Al-Mufti?
2. Bagaimana Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pelaksanaan Sistem Marketing di KBIH Raudhlatusy Syarifah Al- Mufti?

## C. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

### 1. Tujuan

Tujuan dari penelitian ini tidak lain adalah menjawab permasalahan yang telah penulis rumuskan, yakni:

- a. Untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan sistem marketing di KBIH Raudhlatusy Syarifah Al-Mufti
- b. Untuk mengetahui bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap sistem marketing di KBIH Raudhlatusy Syarifah Al-Mufti

### 2. Manfaat

Sedangkan manfaat dari penelitian ini antara lain adalah :

#### a) Untuk Mahasiswa

1. Bagi penulis dapat dijadikan sebagai salah satu sarana penulis dalam mempraktekkan ilmu-ilmu pengetahuan (teori) yang telah penulis dapatkan selama di institusi tempat penulis belajar.
2. Bagi pembaca dapat digunakan sebagai referensi serta informasi mengenai marketing haji dan umrah yang bersistem syariah.

#### b) Untuk IAIN

1. Dapat memberikan sumbangsih dan kontribusi positif karya ilmiah mengenai sistem marketing haji dan umrah.

#### c) Untuk Lembaga

1. Memberikan manfaat positif bagi KBIH Raudhlatusy Syarifah Al- Mufti yang menjadi subyek penelitian dan jasa layanan haji dan umrah pada umumnya untuk selalu mencermati keselarasan implementasi marketingnya sesuai dengan norma- norma syariah atau hukum Islam.
2. Dapat dijadikan acuan oleh KBIH Raudhlatusy Syarifah Al- Mufti dalam meningkatkan pelayanan bimbingan ibadah haji dan umrah dimasa yang akan datang.

#### **D. TINJAUAN PUSTAKA**

Tinjauan pustaka ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa banyak orang lain yang sudah membahas permasalahan yang akan dikaji dalam skripsi ini. Selain itu dapat dijadikan sebagai acuan dan perbandingan penulis dalam menyusun skripsi.

Dalam skripsi Pupita Rachmawati Universitas Muhammadiyah Surakarta, yang membahas tentang *Multi Level Marketing* pada perusahaan Tianshi Solo ditinjau dari hukum Islam. Menjelaskan bagaimana tinjauan hukum Islam mengenai praktek *multi level marketing*. Perbedaan MLM dengan usaha *money game*.

Selain itu dalam skripsi Helin Riska Amanati, yang membahas tentang sistem penjualan langsung berjenjang syariah di Ahad-Net Internasional Semarang. Menjelaskan bagaimana pemenuhan syarat dan rukun jual beli pada sistem penjualan langsung berjenjang syariah di Ahad-Net Internasional, dan penerapan fatwa DSN MUI pada sistem penjualan langsung di Ahad-Net Internasional Semarang.

Pada tahun 2012 Ami Sholihati, dalam skripsinya yang membahas tentang tinjauan hukum Islam tentang *intensifpassive income* pada *Multi Level Marketing* Syariah di PT. K-Link Internasional. Menjelaskan apa yang termasuk *IntensivePassive Income* di



PT. K-Link Internasional, dan bagaimana tinjauan hukum Islam tentang *Intensive Passive Income* pada *Multi Level Marketing* di PT. K-Link Internasional.

Pada tahun 2010 Kurnia Chasanah menulis karya ilmiah dengan judul “Analisis *Istinbat* Hukum Terhadap Fatwa MUI Bandung dan Keputusan Nahdatul Ulama Tentang Status Hukum MLM” ditulis dengan bertitik tolak dari dua pertanyaan penelitian sebagai berikut: 1) Bagaimana *istinbat* hukum antara Fatwa MUI Bandung dan Keputusan Nahdatul Ulama Jawa Timur terhadap status hukum *Multi Level Marketing*. 2) Bagaimana persamaan dan perbedaan antara Fatwa MUI Bandung dan Keputusan PW Nahdatul Ulama Jawa Timur terhadap status hukum *Multi Level Marketing*.

Dalam skripsi Irawati STAIN Pekalongan, yang membahas tentang *Multi Level Marketing* pada perusahaan K-Link Indonesia yang ditinjau dari Fatwa MUI No. 75/VII/2009 (Studi Kasus Pada Stockist Centre Pekalongan).

## **E. METODOLOGI PENELITIAN**

Untuk memudahkan proses pelaksanaan penelitian, maka penulis akan memilih dan menerapkan metode penelitian lapangan yang bersifat kualitatif yang meliputi :

### **1. Jenis penelitian**

Penelitian yang akan penulis lakukan merupakan penelitian lapangan (field research) dengan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu prosedur penelitian bertujuan untuk menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata, lisan atau dari orang-orang atau perilaku mereka yang diamati.<sup>8</sup> Maksud dari penelitian lapangan adalah penelitian yang obyek datanya diperoleh berdasarkan kerja-kerja lapangan yang meliputi wawancara, dokumentasi. Tujuan dari penelitian

---

<sup>8</sup>Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007, h. 3

lapangan adalah untuk mempelajari secara intensif latar belakang, status terakhir, dan interaksi lingkungan yang terjadi pada suatu satuan social.<sup>9</sup>Dalam penelitian ini yang diteliti adalah sistem marketing di KBIH Raudhlatusy Syarifah Al-Mufti.

## 2. Sumber Data

Sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua kelompok yaitu :

### a. Data primer

Data primer adalah jenis data yang diperoleh langsung dari obyek penelitian dari sumber asli.<sup>10</sup> Dalam hal ini, maka proses pengumpulan datanya perlu dilakukan dengan memperhatikan siapa sumber utama yang akan dijadikan objek penelitian. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari hasil wawancara di KBIH Raudhlatusy Syarifah Al-Mufti Semarang.

### b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi.<sup>11</sup>Data sekunder ini biasanya sebagai pelengkap dari data primer. Data sekunder ini yang mendukung penelitian ini terdiri dari seluruh data yang berkaitan dengan teori-teori yang berhubungan dengan marketing pada umumnya dan yang sesuai dengan syariat Islam. Yaitu fatwa, buku

---

<sup>9</sup>Kholid Narbuko dan Abu Ahmadi, *Metodelogi Penelitian*, Jakarta: Bumi Akasara, Cet. ke-10, 2009, h. 46

<sup>10</sup>Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008, h.103

<sup>11</sup>*Ibid*, h.102

tentang marketing, dan data dokumentasi yang diperoleh dari KBIH Raudhlatus Syarifah Al- Mufti.

### 3. Metode Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data penelitian juga dipengaruhi dari jenis sumber data. Dikarenakan jenis sumber data dalam penelitian ini adalah manusia (person) dan kertas/tulisan (paper) maka untuk memperoleh dan mengumpulkan data digunakan model pengumpulan data sebagai berikut:

#### a. Wawancara

Teknik wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan melakukan percakapan atau dialog yang dilakukan oleh pewawancara dengan yang terwawancara dengan tujuan untuk mendapatkan informasi relevan yang dibutuhkan dalam penelitian.<sup>12</sup>Obyek dan tujuan penelitian ini adalah pendiri dari KBIH Raudhlatusy Syarifah Al- Mufti dan salah satu anggota dari KBIH Raudhlatusy Syarifah Al- Mufti.

#### b. Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data berupa sumber data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian.<sup>13</sup>Sumber data tertulis dapat dibedakan menjadi: dokumen resmi, arsip, ataupun dokumen pribadi.<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup>Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, Cet.ke-13, 2006, h. 155

<sup>13</sup>Muhammad, *Op.Cit*, h. 152

<sup>14</sup>J. Moleong, *Lexy, Op.Cit*, h.247

### c. Observasi

Adalah pengamatan yang dilakukan secara sengaja, sistematis mengenai fenomena sosial dengan segala gejala-gejala psikis untuk kemudian dilakukan pencatatan.<sup>15</sup> Observasi sebagai metode pengumpul data dilakukan secara spontan bisa juga dilakukan dengan data temuan yang telah diperoleh sebelumnya.

## 4. Metode Analisis Data

Proses analisa data merupakan suatu proses penelaahan data secara mendalam. Menurut Lexy J. Moleong proses analisa dapat dimulai dengan menelaah data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumentasi pribadi, dokumentasi resmi, gambar dan foto.<sup>16</sup>

Guna memperoleh gambaran yang jelas dalam memberikan, menyajikan, dan menyimpulkan data, maka dalam penelitian ini penulis menggunakan metode analisa deskriptif analisis, yakni suatu analisa penelitian yang dimaksudkan untuk mendeskripsikan suatu situasi tertentu yang bersifat faktual secara sistematis dan akurat.<sup>17</sup> Penggunaan metode ini memfokuskan penulis pada adanya usaha untuk menganalisa seluruh data (sesuai dengan pedoman rumusan masalah) sebagai satu kesatuan dan tidak dianalisa secara terpisah.

---

<sup>15</sup>P. Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori ke Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 1991, h. 63

<sup>16</sup>*Ibid*, h. 159

<sup>17</sup>Danim, Sudarwan, *Menjadi Peneliti Kualitatif*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2002, h. 41

## F. SISTEMATIKA PENULISAN

Sebagai langkah selanjutnya dari penyusunan skripsi ini yaitu tentang pembahasan sistematika penulis yang terdiri dalam lima bab antara bab satu dengan bab-bab berikutnya merupakan rangkaian yang tidak dapat dipisahkan. Untuk mendapatkan gambaran mengenai skripsi ini penulis akan menguraikan sistematika pembahasannya, yaitu:

Dalam bab ini akan diuraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penelitian. Dalam bab ini penulis akan menjelaskan mengenai teori marketing haji dan umrah yang berkaitan dengan pengertian haji dan umrah, syarat- syarat dan rukun haji dan umrah, marketing, dan mekanisme pemasaran selain itu juga menjelaskan sistem *Multi Level Marketing*.

Dalam bab ini penulis akan menguraikan tentang gambaran umum KBIH Raudhlatusy Syarifah Al- Mufti yang meliputi sejarah berdirinya, visi dan misi, dan struktur organisasi. Praktek sistem marketing KBIH Raudhlatusy Syarifah Al- Mufti, yang akan diuraikan tentang bagaimana sistem perekrutan anggota, penjualan produk jasa, serta pembagian bonus.

Pada bab ini merupakan analisis yang mana penulis akan menjelaskan tentang sistem marketing di KBIH Raudhlatusy Syarifah Al-Mufti dan untuk menguraikan analisis hukum Islam terhadap sistem marketing di KBIH Raudhlatusy Syarifah Al-Mufti. Pada bab ini merupakan bagian penutup memuat kesimpulan, saran-saran dan penutup.