

**TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PRAKTIK
KERJA SAMA ANTARA PELAKU USAHA UTAMA
DENGAN MITRA USAHA
(Studi Kasus pada Brand Latisza Official di Kudus)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S-1) dalam Fakultas
Syariah dan Hukum



Disusun Oleh :
Devita Sabila Sani
2002036002

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2024**

PERSETUJUAN PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
Jalan Prof. Dr. H. Hamka Semarang 50185 Telepon (024)7601291, Faksimili
(024)7624691, Website: <http://fsh.walisongo.ac.id>.

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 4 (empat) eks.

Hal : Naskah Skripsi

An. Sdr. Devita Sabila Sani
Kepada Yth.
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum
UIN Walisongo

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini saya kirim naskah skripsi Saudari:

Nama : Devita Sabila Sani
NIM : 2002036032
Jurusan/prodi : Hukum Ekonomi Syariah
Judul skripsi : TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PRAKTIK
KERJA SAMA ANTARA PELAKU USAHA UTAMA DENGAN MITRA USAHA
(Studi Kasus pada Brand Latisza Official di Kudus)

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi Saudari tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Demikian harap menjadikan maklum.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 23 September 2022

Pembimbing I

Supangat M. Ag.
NIP. 197104022005011004

Pembimbing II

Aisa Rurkinantia, MM.
NIP. 198909182019032019

PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
Jl. Prof. Dr. Hamka, Km 2 (Kampus 3 UIN Walisongo) Ngalyan, Semarang, 50185
telp (024) 7601291

PENGESAHAN

Nama : Devita Sabila Sani
NIM : 2002036002
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PRAKTIK KERJA SAMA ANTARA PELAKU USAHA UTAMA DENGAN MITRA USAHA (Studi Kasus pada Brand Latisza Official di Kudus)**

Telah dimonqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude/baik/cukup pada tanggal : 31 Oktober 2024

Dan dapat diterima sebagai syarat memperoleh gelar sarjana starta satu (S.1) tahun akademik 2024/2025.

Semarang, 31 Oktober 20214

Ketua Sidang

Dr. Ismail Marzuki, S.H.I., MA, Hk.

NIP. 198308092015031002

Serkretaris Sidang

Saifudin, S.H.I., M.H.

NIP. 198005052023211015

Penguji I

Dr. Mohamad Hakim Junaidi, M.Ag.

NIP. 197105091996031002

Pembimbing I

Dr. Supangat, M.Ag.

NIP. 199307062019031017

Penguji II

Dr. Junaidi Abdullah, S.H.I., M.S.I

NIP. 197902022009121001

Pembimbing II

Aisa Rurkinantia, S.E., MM

NIP. 1989091822019032019



MOTTO

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْفُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا
وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ

“Dan tepatilah janji dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu melanggar sumpah, setelah diikrarkan, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat”

(Q.S. 14 [An-Nahl]: 91)¹

¹ Al-Qur'an Kementerian Agama RI, *Alquran dan Terjemahannya* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), 276.

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah Swt penulis mempersembahkan skripsi ini untuk :

1. Orang tua penulis, Ibu Purwindarti dan Bapak Budi Ulya yang telah bekerja keras untuk memberikan yang terbaik kepada penulis. Terima kasih atas dukungan, kasih sayang, dan untaian doa yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan hingga saat ini. Skripsi ini sebagai wujud tanggung jawab atas kepercayaan yang telah diamanatkan kepada penulis, Semoga Allah senantiasa memuliakan Ibu dan Bapak baik di dunia maupun akhirat, aamiin.
2. Untuk Kakak dan Adik tersayang, Muhammad Ilham Afief dan Sakinatan Anzila yang turut mendukung serta mendoakan penulis.
3. Untuk keluarga besar penulis, Almarhum Mbah Sareh, Almarhumah Mbah Rumi'ah, Almarhum Mbah Turmukti yang selalu mendukung serta menguatkan penulis saat masih kecil. Tak lupa terima kasih kepada Mbah Sukesi yang sampai saat ini turut mendukung dan mendoakan penulis.
4. Teman-teman baik penulis Yumna dan Alya yang tidak pernah membiarkan penulis sendirian dalam menghadapi kesulitan.
5. Sahabat penulis Febi yang turut mendukung serta selalu kebersamai penulis dalam situasi apapun.
6. Terakhir, teruntuk diri saya sendiri Devita Sabila Sani yang telah mampu mengatur waktu, tenaga dan pikiran sehingga mampu menyelesaikan perkuliahan yang dibarengi dengan bekerja. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih karena terus berusaha dan tidak menyerah pada proses yang bisa dibilang tidak mudah. Terima kasih sudah bertahan.

DEKLARASI

DEKLARASI

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Devita Sabila Sani

NIM : 2002036002

Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

Fakultas : Syariah dan Hukum

Judul Skripsi : **Tinjauan Hukum Islam terhadap Praktik Kerja Sama antara Pelaku Usaha Utama dengan Mitra Usaha (Studi Kasus pada Brand Latisza Official di Kudus)**

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan, Demikian juga skripsi ini tidak berisi satupun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 15 Oktober 2024

Deklarator



Devita Sabila Sani

NIM :2002036002

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman Transliterasi Arab Latin yang merupakan hasil keputusan bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

A. Konsonan

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada halaman berikut:

Tabel 0.1 Transliterasi Konsonan

Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṣa	Ṣ	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	Ḥ	Ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De

ذ	Zal	Ẓ	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Ṣad	Ṣ	Es (dengan titik dibawah)
ض	Ḍad	Ḍ	De (dengan titik dibawah)
ط	Ṭa	Ṭ	Te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	Ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	‘Ain	‘_	Apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qof	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El

م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	—'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (')

B. *Vocal*

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong. Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0.2 Transliterasi Vokal Tunggal

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
اَ	Fathah	A	A
اِ	Kasrah	I	I
اُ	Dammah	U	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tabel 0.3 Transliterasi Vokal Rangkap

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ	Fathah dan ya	Ai	A dan I
وْ	Fathah dan wau	Au	A dan U

كَيْفَ : *kaifa*

هَوْلَ : *hauila*

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Tabel 0.4 Transliterasi Maddah

Harkat dan huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
اَ... ...اَ... ...اَ...	<i>Fathah</i> dan alif atau ya	ā	a dan garis diatas
يِ	Kasrah dan ya	ū	u dan garis atas

ثُو	Ḍammah dan wau	ī	i dan garis atas
-----	-------------------	---	---------------------

Contoh

مَاتَ : *māta*

D. *Ta marbūṭah*

Transliterasi untuk *ta marbūṭah* ada dua, yaitu: *ta marbūṭah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan ḍammah, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *ta marbūṭah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

E. *Syaddah (Tasydīd)*

Syaddah atau *Tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *Tasydīd* (ّ) dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Contoh:

رَبَّنَا : *Rabbanā*

Jika huruf *ى* ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (*يِي*) maka ia ditransliterasi seperti huruf maddah (*ī*).

Contoh:

عَلِي : *‘Alī* (bukan *‘Aliyy* atau *‘Aliy*)

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *ال* (*alif lam ma‘arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al, baik ketika ia diikuti oleh huruf syamsiah maupun huruf qamariah. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contohnya:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

G. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contohnya:

تَأْمُرُونَ : *ta’ murūna*

شيء : *syai'un*

H. Penulisan Kata Arab yang Lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata Al-Qur'an (dari al-Qur'ān), *Sunnah*, *khusus* dan *umum*. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Al-Sunnah qabl al-tadwīn

I. *Lafz al jalālah* (الله)

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

بِئْنَا اللهُ : *dīnullāh*

بِالله : *billāh*

Adapun *ta marbūṭah* di akhir kata yang disandarkan kepada lafz al jalālah, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُمْفِيْرَ حَمَةِ اللّٰهِ : *hum fi rahmatillāh*

J. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal xvii dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDaK, dan DR).

K. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Maka dari itu peresmian

pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman *tajwid*.

ABSTRAK

Latisza Official merupakan salah satu produsen busana muslim di Kabupaten Kudus yang menggunakan sistem kemitraan. Latisza Official memberlakukan syarat dan ketentuan bagi para mitra sesuai dengan tingkatannya. Namun atas laporan dari pelaku usaha utama, masih terdapat beberapa mitra yang tidak memenuhi syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan. Dengan demikian penulis tertarik untuk melakukan penelitian dari persoalan tersebut. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut dapat dirumuskan masalah yaitu *pertama*, Bagaimana mekanisme kerja sama antara Latisza Official dengan mitra usaha. *Kedua*, Bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap akad kerja sama antara Latisza Official dengan mitra usaha.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dan menggunakan pendekatan empiris atau non doktrinal. Metode pendekatan yang digunakan adalah konseptual serta analisis terhadap permasalahan yang ada diambil dengan membandingkan data-data di lapangan dengan konsep-konsep karya ilmiah dengan kalimat yang tersusun dan sistematis. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode pengumpulan data berupa pengamatan, wawancara dan dokumentasi. Terkait dengan analisis data, penulis menggunakan metode deskriptif analitis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik kerja sama antara pelaku usaha utama dengan mitra di Latisza Official termasuk dalam kategori *murabahah*. Kerja sama antara pelaku usaha utama dengan mitra usaha di Latisza Official menggunakan akad perjanjian saling percaya dan tidak ada perjanjian tertulis. Hanya saja kerja sama antara pelaku usaha utama dan mitra usaha di Latisza Official terdapat beberapa asas *mu'amalah* yang kurang terpenuhi seperti pada asas keseimbangan dan asas kemaslahatan.

Kata Kunci : *Kerja sama | Latisza Official | Mitra | Syirkah*

ABSTRACT

Latisza Official is one of the Muslim fashion manufacturers in Kudus Regency that uses a partnership system. Latisza Official applies terms and conditions for partners according to their level. However, according to reports from the main business actors, there are still several partners who do not fulfill the terms and conditions that have been set. Thus, the author is interested in conducting research on this problem. Based on the background of this problem, the problem can be formulated, firstly, what is the cooperation mechanism between Latisza Official and business partners. Secondly, how does Islamic law review the cooperation agreement between Latisza Official and business partners.

The type of research used is qualitative research and uses an empirical or non-doctrinal approach. The approach method used is conceptual and analysis of existing problems is taken by comparing data in the field with scientific work concepts with structured and systematic sentences. In this research the author used data collection methods in the form of observation, interviews and documentation. Regarding data analysis, the author uses descriptive analytical methods.

The research results show that collaborative practices between main business actors and partners at Latisza Official fall into the murabahah category. Collaboration between main business actors and business partners at Latisza Official uses a mutual trust agreement and there are no written agreements. It's just that in the collaboration between the main business actors and business partners at Latisza Official, there are several mu'amalah principles that are not fulfilled, such as the principle of balance and the principle of benefit..

Keywords : *Collaboration | Latisza Official | Partners | Syirkah*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya, serta sholawat teriring salam senantiasa tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW yang senantiasa pula kita nantikan syafa'atnya di akhir zaman, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Tinjauan Hukum Islam terhadap Praktik Kerja Sama antara Pelaku Usaha Utama dengan Mitra Usaha (Studi Kasus pada Brand Latisza Official di Kudus)”

Penulisan skripsi ini diajukan guna memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana strata satu program studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bimbingan, arahan, masukan dan saran, serta bantuan dari berbagai pihak sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Untuk itu dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Supangat M.Ag., selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Aisa Rurkinantia, MM., selaku Dosen Pembimbing II, yang dengan ikhlas memberikan bimbingan, dukungan semangat, masukan, kritik dan saran terhadap penelitian skripsi penulis. Kerelaan beliau dalam mengorbankan waktu, tenaga dan pikiran merupakan salah satu faktor dalam keberhasilan penulis menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. H. Abdul Ghofur, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Walisongo Semarang beserta segenap jajarannya atas pelayanan terbaiknya menjalankan roda kegiatan perkuliahan.
3. Bapak Dr. Amir Tajrid, M.Ag. selaku Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Hukum, UIN

Walisongo Semarang yang telah memberi persetujuan atas judul skripsi ini.

4. Bapak Saifudin, M.H., selaku Sekretaris Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Walisongo Semarang yang telah membantu penulis dalam segala pengurusan pemberkasan.
5. Segenap dosen dan civitas akademika UIN Walisongo Semarang khususnya Fakultas Syariah dan Hukum jurusan Hukum Ekonomi Syariah yang telah memberi ilmu yang bermanfaat.
6. Seluruh narasumber dan pihak-pihak terkait yang turut serta dalam membantu penyusunan serta penyelesaian penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu. Semoga kebaikan kalian berbalas dengan pahala dari Allah Swt.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan kesalahan. Segala sesuatu yang baik datangnya dari Allah Swt dan segala keluputan ataupun kesalahan adalah berasal dari penulis. Semoga penelitian ini bermanfaat dan dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan.

Semarang, 14 Oktober 2024

Penulis



Devita Sabila Sani
NIM 2002036002

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
DEKLARASI.....	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vii
Pedoman Transliterasi Arab Latin yang merupakan hasil keputusan bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.	vii
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT.....	xvii
KATA PENGANTAR	xviii
DAFTAR ISI.....	xx
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9

D. Manfaat Penelitian	10
E. Tinjauan Pustaka	11
F. Metode Penelitian	18
G. Sistematika Penulisan.....	26
BAB II : <i>MULTI LEVEL MARKETING, MURABAHAH</i> DAN AKAD DALAM ISLAM.....	28
A. Akad dalam Islam	28
B. Konsep Umum Murabahah	41
C. Konsep Umum Multi Level Marketing.....	49
BAB III : PRAKTIK KERJA SAMA ANTARA LATISZA OFFICIAL DENGAN MITRA USAHA	54
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	54
B. Praktik Kerja Sama antara Latisza Official dengan Mitra Usaha	59
BAB IV : TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PRAKTIK KERJA SAMA ANTARA PELAKU USAHA UTAMA DENGAN MITRA USAHA (Studi Kasus pada Brand Latisza Official di Kudus)	73
A. Analisis Praktik Kerja Sama antara Pelaku Usaha Utama dan Mitra di Latisza Official	73

B. Analisis Hukum Islam terhadap Praktik Kerja Sama antara Pelaku Usaha Utama dan Mitra di Latisza Official	78
BAB V : PENUTUP	85
A. Kesimpulan	85
B. Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN.....	92
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	95

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia merupakan makhluk sosial yang saling membutuhkan satu sama lain, dalam kehidupan sehari-harinya manusia melakukan interaksi untuk mencukupi kebutuhan hidupnya. Peran manusia dalam hukum adalah sebagai subjek hukum, dimana manusia merupakan pendukung hak dan juga kewajiban. Alasan yang mendasari manusia dikatakan sebagai subjek hukum secara yuridis yaitu manusia memiliki hak-hak subjektif, memiliki kewenangan hukum yang berarti kecakapan menjadi subjek hukum.¹

Manusia diciptakan dengan hati dan raga yang sempurna yang senantiasa mampu memposisikan dirinya sebagai makhluk mulia yang telah diciptakan oleh Allah. Tugas manusia di dunia ini juga sebagai *khalifah* atau makhluk yang mengemban tugas untuk memelihara serta memakmurkan alam.

Tugas manusia sebagai *khalifah* menjadikan manusia memerlukan interaksi serta tolong-menolong antar sesama manusia. Hal ini menjadikan manusia sebagai makhluk sosial yang sudah menjadi *sunnatullah* bahwa dalam memenuhi kebutuhan serta aktivitas sehari-hari manusia akan saling

¹ Dyah Hapsari Praningrum, "Telaah terhadap Esensi Subjek Hukum: Manusia dan Badan Hukum", *Jurnal Ilmu Hukum*, vol. 8, no. 1, 2014, 75-76.

bergantung satu sama lain. Adanya interaksi yang timbul antar sesama manusia akan mempermudah manusia untuk mengkomunikasikan apa yang menjadi kebutuhan dalam keberlangsungan hidup, hal inilah yang menjadikan timbulnya *mu'amalah* atau suatu kegiatan yang mengatur sesuatu hal yang berhubungan dengan kehidupan sesama manusia dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari.

Berbagai macam bentuk aktivitas *mu'amalah* yang dapat dilakukan manusia diantaranya yaitu dalam bidang kekayaan maupun bidang kekeluargaan. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh aktivitas *mu'amalah* membutuhkan manusia yang saling bergantung satu sama lain dalam kaitannya aspek ekonomi, dimana hubungan antar manusia sangat diperlukan.¹ Kegiatan *mu'amalah* yang dijalankan manusia tentunya akan muncul masalah-masalah di dalamnya yang penyebabnya adalah dari manusia sendiri, setiap manusia akan mengusahakan sesuatu untuk mencapai apa yang diinginkan, apabila hal ini tidak diimbangi dengan aturan-aturan serta hukum maka akan timbul masalah-masalah atau konflik kepentingan dalam *bermu'amalah*. Sehingga dalam hal ini diperlukan adanya peran hukum untuk dapat memberikan keteraturan dalam kehidupan manusia.

¹ Heru Juabdin Sada, "Manusia dalam Perspektif Agama Islam", *Jurnal Pendidikan Islam*, vol. 7, 2016, 4.

Fiqih mu'amalah menjelaskan bahwa hukum Islam mengatur hubungan kepentingan antar sesama umat manusia yang berkaitan dengan aktivitas ekonomi, di dalamnya termuat norma dasar yang dijadikan pedoman, sedangkan dalam oprasionalnya bersifat dinamis yang diserahkan kepada manusia.² Hukum Islam juga memberikan kesempatan untuk praktik-parktik muamalah baru yang sesuai dengan kebutuhan dan kemaslahatan umat manusia, maka dari itu *mu'amalah* bersifat dinamis dan dapat berubah sesuai dengan perkembangan zaman serta masyarakat, misalnya dalam hal jual beli, perseriktan, kerja sama dagang dan lainnya. *Mu'amalah* memiliki pengertian aturan-aturan atau hukum Allah SWT yang mengatur tingkah laku manusia yang berkaitan dengan urusan duniawi dalam pergaulan sosial.³

Manusia memerlukan interaksi kerja sama serta tolong-menolong untuk mencapai tujuan hidup sebagaimana firman Allah :

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ
وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosan dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu-

² Fathurrahman Djamil, *Hukum Ekonomi Islam Sejarah, Teori dan Konsep* (Jakarta: Sinar Grafika, 2013), 153.

³ Hendi Suhendi, *Fiqih Muamalah* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), 2.

kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.”
(Q.S. 5 [Al-Maidah]: 2)⁴

Ayat ini ditegaskan bahwasannya Allah SWT menciptakan manusia untuk dapat saling berinteraksi dalam kehidupan sosial sebagaimana sifat manusia yang akan terus saling bergantung atau saling membutuhkan satu sama lain, saling tolong-menolong dalam segala hal kebaikan. Salah satu diantaranya adalah interaksi sesama manusia dalam melakukan suatu bisnis atau usaha dimana antara manusia satu dengan yang lainnya saling membutuhkan. Seperti perusahaan dagang yang akan membutuhkan karyawan, distributor dan lain sebagainya. Ada kalanya manusia yang memiliki banyak modal materiil namun tidak memiliki waktu untuk mengelolanya secara berkala sehingga membutuhkan manusia lainnya untuk membantu mengelola modal tersebut secara berkala.

Adanya interaksi diantara kedua pihak belah pihak tersebut memunculkan sebuah solusi atau jalan untuk keduanya menjalankan sebuah usaha khususnya dibidang lapangan harta kekayaan, biasanya ditetapkan dalam suatu bentuk akad atau perjanjian, dalam Islam hal tersebut dikatakan sebagai *syirkah* atau persekutuan.⁵ Persekutuan merupakan salah satu bentuk kegiatan *mu'amalah* yang sangat penting dalam peragaulan

⁴ Al-Qur'an Kementerian Agama RI, *Alquran dan Terjemahannya* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), 106.

⁵ Abdul Ghofur Anshori, *Hukum Perjanjian Islam di Indonesia* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2018), 1.

hidup, karena dengan adanya persekutuan akan mendatangkan banyak manfaat bagi manusia.

Salah satu bentuk kegiatan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia adalah dengan cara bekerja sama atau *murabahah*. Secara etimologis, istilah *Murabahah* berasal dari Bahasa Arab yaitu *ribh* yang berarti keuntungan, laba, atau tambahan sebesar harga pokok barang ditambah dengan margin keuntungan yang disepakati. Sarip Muslim dalam buku *Akuntansi Keuangan Syariah: Teori dan Praktik* (2015) menyebutkan bahwa pembiayaan murabahah berdasarkan prinsip jual beli antara bank dan nasabah. Di mana bank membeli barang yang diperlukan nasabah dan menjualnya kepada nasabah yang bersangkutan sebesar harga perolehan beserta keuntungan yang telah disepakati bersama.⁶

Pada dasarnya, murabahah adalah sebuah proses transaksi jual beli barang ketika harga asal dan keuntungan telah diketahui dan disepakati oleh kedua belah pihak sebelumnya. Sementara dalam perbankan syariah, akad murabahah adalah jenis kontrak yang dapat diartikan sering digunakan untuk pembelian produk oleh bank sesuai permintaan nasabah dan

⁶ Abdul Manan, "Hukum Ekonomi Syariah: Dalam Kewenangan Peradilan Agama," 2012.

kemudian dijual kepada nasabah tersebut sebesar harga beli dan keuntungan yang telah disepakati sebelumnya.⁷

Dasar hukum *murabahah* sebagaimana firman Allah sebagai berikut:

فَإِنْ كَانُوا أَكْثَرَ مِنْ ذَلِكَ فَهُمْ شُرَكَاءُ فِي الثُّلُثِ مِنْ بَعْدِ وَصِيَّةٍ يُؤْصَى بِهَا أَوْ دَيْنٍ غَيْرِ مُضَارٍّ

“Tetapi jika saudara-saudara itu lebih dari seorang, maka dia bersekutu dalam yang sepertiga itu, sesudah dipenuhi wasiat yang dibuat olehnya atau sesudah dibayar hutangnya dengan tidak memberi mudharat.” (Q.S. 4 [An-Nisa’]: 12)⁸

Pelaksanaan kerja sama dibidang usaha sudah banyak dilakukan di kalangan masyarakat, salah satunya adalah kerja sama kemitraan yang dilakukan oleh *Brand Latisza Official* dengan mitra usahanya. *Latisza Official* merupakan suatu *brand* serta pelaku usaha utama yang memproduksi busana muslim yang berada di Kabupaten Kudus, *brand* ini terbilang cukup besar dibuktikan dengan banyaknya mitra yang bekerja sama dengan *Latisza Official*.

Latisza Official merupakan wadah bagi pedagang-pedagang busana muslim, baik pedagang kecil maupun besar. *Latisza Official* menawarkan sistem kemitraan berupa *levelling*

⁷ Muhammadiyah and Zulhamdi, “Implementasi Murabahah Pada Perbankan Syariah.”

⁸ Al-Qur’an Kementerian Agama RI, *Alquran dan Terjemahannya* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur’an, 2019), 207.

sehingga pedagang-pedagang dapat bergabung dengan Latisza Official sesuai dengan tingkatan kemitraan yang diinginkan. Adapun kerja sama yang dilaksanakan oleh Latisza Official dan mitra yaitu, Latisza Official bergerak selaku pelaku usaha utama yang memproduksi busana muslim dan pedagang perantara yang dalam hal ini disebut sebagai mitra usaha. Sistem yang ditawarkan adalah dengan cara Latisza Official memberikan syarat-syarat kepada mitra untuk dapat bergabung sebagai mitra usaha sesuai dengan tingkatan kemitraan. Isi dari syarat yang ditawarkan salah satunya yaitu dengan melakukan minimal pembelian pada Latisza Official, batas minimal pembelianpun dibedakan sesuai dengan tingkatan kemitraan yang ditawarkan. Sampai saat ini Latisza Official memiliki empat tingkatan kemitraan yang ditawarkan kepada pedagang yang ingin bergabung sebagai mitra, tingkatan kemitraan yang ditawarkan yaitu; distributor, agen, sub-agen, dan member. Latisza Official juga memberikan benefit kepada setiap mitranya sesuai dengan tingkatan kemitraan yang telah diambil.

Akad yang digunakan dalam perjanjian antara Latisza Official dengan pedagang perantara adalah akad kemitraan atau kerja sama, dalam pelaksanaannya Latisza Official akan memberikan syarat pembelian serta biaya pendaftaran kepada pedagang perantara untuk dapat bergabung sebagai mitra usaha. Sebagai pelaku usaha utama, Latisza Official memberlakukan

syarat serta ketentuan bagi para mitra usahanya. Namun atas laporan dari pihak pelaku usaha utama, terkadang terdapat beberapa mitra dari Latisza Official yang tidak dapat memenuhi syarat serta ketentuan secara sempurna. Selain itu, bentuk kemitraan atau hubungan kerja sama antara Latisza Official dan mitra usaha hanya menggunakan sistem kepercayaan sehingga hal ini dikhawatirkan rentan terjadinya wanprestasi.⁹

Pada perjanjian kemitraan ini terdapat permasalahan yang pertama, dugaan mitra yang memandang sebelah mata perjanjian yang telah diberikan dengan tidak dipenuhinya syarat dan ketentuan yang telah diberikan secara sempurna. Hal ini dikhawatirkan akan terjadinya wanprestasi. Seperti yang dikatakan oleh Abdul Kadir Muhammad dalam bukunya, wanprestasi merupakan tidak dipenuhinya kewajiban yang harus ditetapkan dalam perikatan, baik perikatan yang timbul karena perjanjian maupun karena Undang-undang.¹⁰

Permasalahan kedua, hubungan kerja sama antara Latisza Official dan mitra usaha hanya berdasarkan prinsip kepercayaan atau tidak adanya perjanjian tertulis yang memuat ultimatum-ultimatum antara Latisza Official dengan para mitra usaha,

⁹ Wawancara dengan Syifa selaku admin pada Latisza Official pada tanggal 15 Juli 2024. Di Kecamatan Kota, Kabupaten Kudus.

¹⁰ Yuni Harlina, Hellen Lastfitriani, "Kajian Hukum Islam Tentang Wanprestasi (Ingkar Janji) pada Konsumen yang Tidak Menerima Sertifikat Kepemilikan Pembelian Rumah", *Jurnal Hukum Islam*, vol. 17, no. 1, 2017, 4.

sehingga dapat dengan mudah antara kedua belah pihak untuk melakukan wanprestasi. Dalam KUHPdata Pasal 1320 menyatakan bahwa tidak ada keharusan bahwa suatu perjanjian harus dibuat secara tertulis. Namun dalam hal ini dapat ditinjau lebih lanjut untuk kesejahteraan kedua belah pihak.

Berdasarkan pemaparan di atas penulis tertarik untuk meneliti mengenai praktik kerja sama yaitu antara Latisza Official dengan mitra usaha, maka penulis ingin melakukan kajian mendalam secara ilmiah dengan judul Skripsi: “Tinjauan Hukum Islam terhadap Praktik Kerja Sama Antara Pelaku Usaha Utama dengan Mitra Usaha (Studi Kasus pada Brand Latisza Official di Kudus)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana mekanisme kerja sama antara Latisza Official dengan mitra usaha?
2. Bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap akad kerja sama antara Latisza Official dengan mitra usaha?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui mekanisme kerja sama antara Latisza Official dengan mitra usaha;

2. Mendeskripsikan tinjauan hukum Islam terhadap akad kerja sama antara Latisza Official dengan mitra usaha

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan yang telah dipaparkan di atas, maka manfaat penelitian ini diantaranya :

1. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini mampu menambah pengetahuan dalam bidang muamalah serta mampu menambah khazanah keilmuan yang dapat dijadikan sebagai referensi bagi penelitian yang serupa.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti

- 1) Menambah pengetahuan terkait praktik kerja sama yang dilakukan oleh Latisza Official dengan mitra usaha
- 2) Dapat menganalisa pola perilaku muamalah yang terdapat di masyarakat berdasarkan teori-teori yang berkenaan dengan prinsip kerja sama dalam konteks hukum Islam

- b. Bagi Masyarakat Umum

Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini mampu memberikan informasi kepada masyarakat sehingga mampu untuk mendorong masyarakat dalam

berperan aktif menegakkan prinsip-prinsip bermuamalah yang telah diatur dalam hukum.

E. Tinjauan Pustaka

Peneliti melakukan kajian terhadap pustaka yang memiliki relevansi terhadap topik yang akan diteliti guna mendukung peninjauan yang menyeluruh serta menghindari penelitian dengan objek yang sama. Berdasarkan hasil penelusuran kepustakaan yang telah dilakukan, hasil penelitian yang mendekati permasalahan yang peneliti akan teliti, diantaranya sebagai berikut:

Tabel 2.1

No	Judul	Sumber	Penulis	Fokus Penelitian	Kesimpulan
1.	<i>Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Kerja Sama Antara UD. Sumber Rejeki dengan Pemasok Kayu Gelondong (Studi di Desa Tegalombo Kecamatan Tegalombo Kabupaten Pacitan)</i>	Karya Ilmiah dalam Skripsi	Muhammad Rifa'i	Mendesripsikan bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap akad kerja sama antara UD. Sumber Rejeki dengan pemasok kayu gelondong di Desa Tegalombo Kecamatan Tegalombo Kabupaten Pacitan serta tinjauan hukum Islam terhadap penetapan harga kayu gelondong dalam kerja sama antara UD.	Akad kerja sama yang dilakukan oleh UD. Sumber Rejeki dengan pemasok kayu gelondong di Desa Tegalombo Kecamatan Tegalombo Kabupaten Pacitan termasuk dalam <i>syirkah inan</i> namun masih terdapat beberpa hal yang belum sesuai dengan hukum Islam karena tidak terpenuhinya salah satu ketentuan dalam <i>syirkah inan</i> .

				Sumber Rejeki dengan pemasok kayu gelondong di Desa Tegalombo Kecamatan Tegalombo Kabupaten Pacitan.	Kemudian untuk penetapan harga kayu gelondong berdasarkan konsep <i>ath-thaman</i> . ¹
2.	<i>Pelaksanaan Jual Beli antra Pelaku Usaha Utama dan Reseller dalam Sistem Transaksi Online di Reisa Garage</i>	Karya Ilmiah dalam Skripsi	Nur Indah Fitriana	Mengetahui kesesuaian pelaksanaan jual beli online di Reisa Garage dengan kontrak elektronik antara Reisa Garage dan <i>reseller</i> serta kesesuaian	Kontrak elektronik antara Reisa Garage dengan <i>reseller</i> sudah sesuai dengan parktiknya serta sudah sesuai dengan perundang-undangan, namun masih ada beberapa hal yang masih

¹ Muhammad Rifa'i, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Kerja Sama Antara UD. Sumber Rejeki dengan Pemasok Kayu Gelondong (Studi di Desa Tegalombo Kecamatan Tegalombo Kabupaten Pacitan)", Skripsi Fakultas Syariah IAIN Ponorogo, (Ponorogo, 2019), dipublikasikan.

				kontrak elektronik antara Reisa Garage dan <i>reseller</i> dengan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia.	belum sesuai dengan perundang-undangan. ²
3.	<i>Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Jual Beli dropship</i>	Karya Ilmiah dalam Skripsi	Juhrotul Khulwah	Menjelaskan sistem jual beli <i>dropship</i> yang telah dipraktekkan dalam masyarakat serta menjelaskan mengenai tinjauan hukum Islam terhadap	Sistem jual beli <i>dropship</i> yang selama ini beredar di masyarakat merupakan transaksi yang dibolehkan karena tidak melanggar ketentuan-ketentuan dalam

² Nur Indah Fitriana, “Pelaksanaan Jual Beli antara Pelaku Usaha Utama dan Reseller dalam Sistem Transaksi Online di Reisa Garage”, Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga, (Yogyakarta, 2017), dipublikasikan

				mekanisme jual beli dropship.	hukum Islam. ³ (Khulwah, 2024)
4.	<i>Tinjauan Hukum Islam dan Hukum Positif pada Praktik Jual Beli Online dengan Metode Kerjasama Dropship</i>	Karya Ilmiah dalam Jurnal	Alfi Satria	Mengetahui bagaimana skema kerja sama dropship pada toko online flatmarket serta mengkaji hukum Islam serta hukum positif mengenai metode kerja sama dropship di toko online flatmarket.	Mekanisme dropship pada toko flatmarket menurut hukum Islam adalah sah, sedangkan menurut hukum Positif Indonesia ditemukan bahwa toko flatmarket belum sepenuhnya memenuhi persyaratan undang-undang terutama dalam

³ Juhrotul Khulwah, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Jual Beli dropship”, Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga, (Yogyakarta, 2013), dipublikasikan.

					kepemilikan barang jual. ⁴
5.	<i>Analisis Hukum Islam terhadap Pelaksanaan Perjanjian antara Franchisor (Pewaralaba) dan Franchise (Terwaralaba) (Studi Kasus pada Usaha ProoTea di Kota Kediri)</i>	Karya Ilmiah dalam Skripsi	Ika Aris Enda Safitri	Mengetahui penyimpangan pada pelaksanaan perjanjian anantara <i>franchisor</i> (pewaralaba) dan <i>franchise</i> (terwaralaba) pada usaha ProoTea di Kota Kediri serta mengetahui analisis Hukum Islam dalam pelaksanaannya.	Pelaksanaan perjanjian antara pewaralaba dengan terwaralaba tidak sesuai dengan kontrak kerja sama usaha ProoTea yang mana terdapa penyimpanan yang dilakukan oleh pihak terwaralaba, sedangkan dalam Hukum Islam ijab qobul yang dilaksanakan adalah

⁴ Habibullah Nur Fauzan, Irvan Iswandi, Alfi Satria, “Tinjauan Hukum Islam dan Hukum Positif pada Praktik Jual Beli Online dengan Metode Kerjasama Dropship”, *Journal of Islamic Studies*, vol. 1, no. 1 (2023).

					diperbolehkan karena sudah sesuai. ⁵
--	--	--	--	--	---

⁵ Ika Aris Enda Safitri, “Analisis Hukum Islam terhadap Pelaksanaan Perjanjian antara Franchisor (Pewaralaba) dan Franchise (Terwaralaba) (Studi Kasus pada Usaha ProoTea di Kota Kediri)”, Skripsi Fakultas Syariah IAIN Kediri, (Kediri, 2022), dipublikasikan.

Kelima penelitian yang telah penulis paparkan diatas memiliki persamaan dengan penelitian yang akan dikaji, yaitu terkait penelitian yang berpangkal pada sistem kerja sama kemitraan. Perbedaan mendasar yang akan diteliti antara penelitian sebelumnya dan penelitian yang akan dikaji yaitu pada tinjauan hukum Islam terhadap mekanisme serta akad kerja sama antara Latisza Official dengan mitra usaha.

F. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu aktivitas ilmiah yang diawali dengan mengidentifikasi objek, pengumpulan data, analisis data, serta dilakukannya langkah demi langkah guna mendapatkan pengertian serta pemahaman terhadap objek yang dikaji.¹

Metode penelitian menjadi unsur yang sangat penting karena akan menentukan bagaimana mekanisme dan juga prosedur dalam suatu penelitian yang akan digunakan, adapun metode penelitian yang akan digunakan penulis adalah:

1. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian

a. Jenis Penelitian

Penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif dan menggunakan pendekatan empiris atau non doktrinal.

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang fokus

¹ R Raco, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, 2010), 2-3.

menggali makna dari setiap masalah kemanusiaan yang bermunculan serta merupakan suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data dalam bentuk deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari responden. Jadi dalam penelitian ini penulis berusaha dengan maksimal untuk mendeskripsikan suatu gejala peristiwa, kejadian yang terjadi pada masa sekarang atau mengambil masalah-masalah aktual sebagaimana adanya pada penelitian.²

b. Pendekatan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dengan menggunakan pendekatan konseptual serta analisis terhadap permasalahan yang ada diambil dengan membandingkan data-data di lapangan dengan konsep-konsep baik dari buku, jurnal, maupun karya ilmiah lainnya dengan kalimat yang tersusun dengan sistematis, maka kemudian dapat diperoleh gambaran secara mendalam mengenai peristiwa dan fakta yang ada.³

2. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Penulis menggunakan jenis data kualitatif, yaitu data yang berbentuk narasi pernyataan serta uraian yang

² Thobby Wakarmamu, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2022), 1.

³ *Ibid.*, 38.

diperoleh dari pendekatan yang penulis paparkan diatas melalui wawancara serta dokumentasi.⁴

b. Sumber Data

Penulis menggunakan dua sumber data dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder:

1) Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung yang bersumber dari responden.⁵ Data primer dapat berupa data yang diberikan secara langsung oleh responden maupun dari hasil wawancara.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah referensi data yang digunakan oleh penulis dalam menyajikan data yang diperoleh saat di lapangan. Data sekunder dapat berupa karya ilmiah hukum, jurnal, maupun artikel yang sesuai dengan bahan penelitian penulis.⁶

3. Metode Pengumpulan Data

Penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

⁴ John W. Creswell, *Penelitian Kualitatif & Desain Riset : Memilih Di Antara Lima Pendekatan* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2018), cet 3, 298.

⁵ Suteki and Galang, *Metodologi Penelitian Hukum (Filsafat Teori dan Praktik)*, 214.

⁶ Amiruddin dan Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), 32.

a. Pengamatan

Pengamatan merupakan metode pengambilan data dengan cara melakukan observasi dengan melibatkan pengamatan langsung terhadap partisipan yang terlibat mengenai interaksi sosial para pelaku.⁷ Pada praktiknya, penulis melakukan pengamatan tidak sebagai partisipan melainkan hanya menjadi *outsider*.

b. Wawancara

Wawancara adalah suatu metode untuk memperoleh informasi dari responden terkait bahan penelitian. Sugiyono berpendapat bahwa wawancara merupakan bertemunya dua orang atau lebih dengan tujuan mencari atau mengumpulkan informasi yang dibutuhkan. Terdapat beberapa macam wawancara sebagai berikut:⁸

1) Wawancara Terstruktur

Wawancara yang digunakan sebagai teknik pengumpulan data, jika peneliti telah mengetahui dengan pasti mengenai informasi yang akan diperoleh. Wawancara ini dilakukan apabila peneliti telah menyiapkan instrument penelitian yang

⁷ Ardiansyah, Risnita, and M. Syahran Jailani, "Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif," *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, vol 1, no. 2 (2023): 4, <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>.

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 308.

berisikan pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya telah disiapkan. Proses wawancara ini yaitu responden diberi pertanyaan yang sama kemudian peneliti mencatatnya. Responden dalam penelitian ini adalah mitra usaha dari Latisza Official.

2) Wawancara Tidak Terstruktur

Wawancara yang dilakukan dengan cara bebas, dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah disusun secara sistematis serta lengkap untuk melakukan pengumpulan data. Pedoman yang digunakan peneliti dalam wawancara tidak terstruktur hanyalah garis besar dari permasalahan yang akan ditanyakan. Wawancara tidak terstruktur juga dapat memberikan informasi lebih dalam tentang responden kepada peneliti dalam pengumpulan data.

3) Wawancara Kombinasi

Wawancara yang termasuk dalam kategori *in-depth interview* yaitu pelaksanaannya dapat lebih bebas jika dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Wawancara kombinasi bertujuan untuk menemukan permasalahan dengan lebih terbuka,

dimana dalam wawancara ini peneliti meminta pendapat serta ide-ide dari responden.

Teknik wawancara yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu wawancara terstruktur serta wawancara kombinasi kepada seluruh responden. Penulis akan menyiapkan beberapa pertanyaan yang nantinya akan diajukan kepada responden. Pengumpulan data dari responden yang berada di kantor Latisza Official akan dilakukan dengan cara wawancara kombinasi dan untuk responden yang berada diluar kantor Latisza Official akan dilakukan dengan cara wawancara terstruktur yaitu mengirimkan kuisioner.

Responden yang diwawancarai oleh penulis yaitu pihak pelaku usaha utama atau Latisza Official sebanyak 3 (tiga) orang, *founder* dan 2 (dua) orang admin. Sedangkan responden yang berada diluar kantor Latisza Official yaitu 5 (lima) orang mitra usaha yang terdiri dari 4 (empat) orang distributor dan 1 (satu) orang agen.

Pada praktiknya, penulis telah mempersiapkan target yang akan diwawancarai atau dijadikan responden dalam penelitian. Kemudian untuk wawancara kombinasi, penulis telah menyusun

beberapa pertanyaan untuk diajukan kepada responden, namun pertanyaan-pertanyaan tersebut dapat penulis ubah sesuai dengan yang diinginkan oleh responden, wawancara ini bertujuan supaya penulis dapat mengumpulkan data dengan lebih akurat. Sedangkan untuk wawancara terstruktur, penulis telah menyiapkan pertanyaan-pertanyaan yang bersifat paten atau tidak dapat diubah-ubah, wawancara ini ditujukan kepada beberapa mitra usaha Latisza Official.

Langkah penulis dalam melakukan wawancara adalah dengan meminta izin terlebih dahulu kepada pelaku usaha utama atau pihak Latisza Official dengan menyerahkan proposal penelitian, kemudian untuk tahap wawancara kepada mitra usaha, penulis meminta izin melalui media sosial milik mitra usaha untuk menanyakan ketersediaannya sebagai responden. Setelah itu, penulis melakukan wawancara dengan 2 (dua) teknik, yaitu wawancara terstruktur dan wawancara kombinasi.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah proses penggalan informasi terkait data-data yang bersumber dari responden serta dapat dipertanggungjawabkan. Dokumentasi yang

dimaksud disini dapat berupa foto serta dokumen-dokumen yang relevan serta dapat digunakan untuk membantu proses penelitian ini.

4. Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analitis. Deskriptif analitis adalah proses pendeskripsian pada objek penelitian dengan cara memaparkan data-data yang telah diperoleh sebelumnya, kemudian diolah serta dianalisis untuk diambil kesimpulannya. Berikut langkah yang dilakukan penulis dalam melakukan analisis yaitu:

a. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses pemilihan data yang relevan atau tidak dengan penelitian yang telah diperoleh penulis dari informan saat memperoleh data. Tujuan dari reduksi data adalah untuk pemusatan data yang lebih ringkas serta sistematis untuk disajikan.

b. Penyajian Data

Tahapan selanjutnya setelah data selesai direduksi adalah penyajian data atau display data yang sesuai dengan pokok permasalahan penelitian. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya. Dalam penelitian ini penulis menyajikan data dengan bentuk naratif karena

penelitian yang diteliti termasuk dalam penelitian kualitatif.

c. Kesimpulan

Apabila semua proses penelitian telah dilakukan seperti proses reduksi data, setelah data terkumpul dengan cukup serta memadai, maka tahapan selanjutnya adalah mengambil kesimpulan. Penarikan kesimpulan data adalah kegiatan yang bertujuan untuk menyajikan makna yang telah didapatkan atau dikumpulkan setelah proses penelitian selesai. Dalam hal ini biasanya kesimpulan akan disajikan dalam bentuk naratif.⁹

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi merupakan hal yang penting karena berfungsi sebagai garis lurus yang saling berkaitan serta sebagai penghubung antar bab. Secara garis besar, penulisan penelitian terbagi menjadi lima bab, yaitu:

Bab pertama merupakan pendahuluan yang didalamnya meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, dan juga sistematika penulisan.

⁹ Suteki and Galang, *Metodologi*, 213.

Bab kedua merupakan landasan teori yang mendasari penelitian yang diteliti. Pada bab dua berisikan tentang teori *multi level marketing*, *murabahah*, dan akad pada kerja sama dalam Islam.

Bab ketiga merupakan gambaran praktik kerja sama antara pelaku usaha utama dengan mitra usaha yang dilakukan pada Brand Latisza Official. Pada bab ini mencakup pembahasan mengenai gambaran umum profil Latisza Official dan praktik kerja sama antara Latisza Official dengan mitra usaha.

Bab keempat merupakan pembahasan secara keseluruhan tentang analisis data yang diperoleh penulis dari peristiwa yang ada dilapangan.

Bab kelima merupakan bab penutup, bab ini berisi kesimpulan dari hasil pembahasan yang telah dilakukan dari bab-bab sebelumnya sekaligus merupakan jawaban dari rumusan masalah yang telah penulis rumuskan sebelumnya untuk dapat diambil kesimpulannya dan juga penulis akan memberikan saran untuk pembaca

BAB II

MULTI LEVEL MARKETING, MURABAHAH DAN AKAD DALAM ISLAM

A. Akad dalam Islam

1. Definisi Akad

Akad secara bahasa berasal dari kata al-aqd yang memiliki arti mengikat, menyambung, atau menghubungkan.¹ Sedangkan definisi akad secara istilah yaitu ikatan antara dua perkara, baik ikatan secara nyata maupun ikatan secara maknawi, dari satu segi maupun dua segi.² Berikut beberapa definisi akad (perjanjian):

- a. Akad berdasarkan UU No. 19 Tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara, akad adalah perjanjian tertulis yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan sesuai dengan peraturan perundang-undangan.
- b. Akad menurut Syamsul Anwar yaitu pertemuan antara ijab dan qobul sebagai pernyataan kehendak dua pihak atau lebih untuk melahirkan suatu akibat hukum pada objeknya.

¹ Syamsul Anwar, *Hukum Perjanjian Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), 68.

² Mardani, *Hukum Sistem Ekonomi Islam* (Depok: Rajawali Pers, 2017), 143.

- c. Akad menurut Ibn Abidin yaitu perikatan yang ditetapkan dengan ijab dan qobul berdasarkan ketentuan *syara'* yang berdampak pada objeknya.

Definisi akad menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) yaitu kesepakatan dalam suatu perjanjian antara dua pihak atau lebih untuk melakukan dan/atau tidak melakukan perbuatan hukum tertentu.¹

Berdasarkan beberapa pemaparan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa akad merupakan suatu perbuatan yang menunjukkan keridhaan dalam suatu perjanjian antara dua orang atau lebih, sehingga terhindar dari suatu ikatan yang tidak berdasarkan pada *syara'*.

2. Rukun dan Syarat Akad

Akad akan sah jika telah terpenuhinya rukun akad, berikut pemaparan rukun akad dalam Islam:

- a. Subjek Akad (*'aqidain*)

Subjek akad (*'aqidain*) merupakan para pihak yang sepakat untuk melakukan suatu perjanjian baik secara perorangan maupun dengan badan hukum. Syarat dari subjek akad yaitu seseorang yang cakap hukum, baligh, dan berakal.

¹ Ibid., 144.

b. Pernyataan Kehendak Para Pihak (*sighat 'aqd*)

Sighat 'aqd atau ijab qobul merupakan suatu hal yang disandarkan dari dua pihak yang berakad yang menunjukkan tentang apa yang ada di hati keduanya terkait terjadinya suatu akad. Hal tersebut dapat dilakukan dengan ucapan, perbuatan, isyarat maupun tulisan.²

Berikut merupakan syarat dari *sighat 'aqad*:

- 1) Dinyatakan dengan ungkapan yang jelas dan pasti maknanya sehingga dapat dipahamu jenis akad yang dikehendaki
- 2) Persesuaian antara ijab dan qobul
- 3) Ijab dan qobul mencerminkan kehendak dari masing-masing pihak secara pasti
- 4) Kedua belah pihak dapat hadir dalam suatu majelis³

c. Objek Akad (*mauqud 'aqd*)

Objek akad merupakan sesuatu yang hendak diakadkan oleh para pihak yang berakad. Syarat dari objek akad diantaranya yaitu:

- 1) Halal menurut *syara'*

² Rachmat Syafe'i, *Fiqih Muamalah* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2001), 46.

³ Gemala Dewi, *Aspek-aspek Hukum dalam Perbankan dan Perasuransian di Indonesia* (Jakarta: Kencana, 2004), 15.

- 2) Bermanfaat (bukan yang bersifat merusak atau digunakan untuk merusak)
 - 3) Dimiliki seniri atau atas kuasa pemilik
 - 4) Dapat diserahkan (benda dalam kekuasaan)
 - 5) Dengan harga yang jelas⁴
- d. Tujuan Akad (*maudhu' al-'aqd*)

Tujuan akad dalam istilah hukum perjanjian disebut dengan “prestasi”. Tujuan ini sesuai dengan jenis akadnya, seperti tujuan dalam jual beli adalah menyerahkan barang dari penjual kepada pembeli dengan bayaran, dalam hibah adalah menyerahkan barang kepada penerima hibah tanpa ganti dan pada sewa-menyewa adalah memberikan suatu manfaat dengan ganti.

3. Macam-macam Akad

Berikut merupakan macam-macam dari akad, yaitu:

- a. Akad *Munjiz*, merupakan akad yang dilaksanakan secara langsung pada waktu selesainya akad. Pernyataan akad yang diikuti dengan pelaksanaan akad adalah pernyataan yang tidak diikuti syarat-syarat serta tidak ada ketentuan mengenai pelaksanaan setelah adanya akad.

⁴ Ibid., 17.

- b. Akad *Mu'alaq*, merupakan akad yang dalam pelaksanaannya mengandung syarat-syarat yang telah ditentukan dalam akad, misalkan dalam penentuan penyerahan barang-barang yang diadakan setelah adanya pembayaran.
- c. Akad *Mudhaf*, merupakan akad yang dalam pelaksanaannya mengandung syarat-syarat tentang penanggulangan pelaksanaan akad, pernyataan yang pelaksanaannya ditangguhkan hingga waktu yang ditentukan. Perkataan ini dibilang sah dulakukan pada waktu akad, namun sebelum tiba waktu yang telah ditentukan maka akad tersebut belum mempunyai akibat hukum.

Akad menurut ulama' fiqih dari segi kebahasaannya secara *syara'*, dibagi menjadi dua yaitu akad shahih dan akad tidak shahih. Berikut pemaparannya:

- a. Akad *Shahih*

Akad *shahih* adalah akad yang telah memenuhi rukun serta syarat sahnya akad. Menurut Ulama' Hanafi dan Maliki, akad ini terbagi menjadi dua macam, yaitu :

- 1) Akad yang *nafiz*, merupakan akad yang dilangsungkan dengan memenuhi rukun serta syarat dan tidak terdapat penghalang dalam pelaksanaannya
 - 2) Akad *Mauquf*, merupakan akad yang dikerjakan oleh seseorang yang mampu bertindak atas kehendak hukum, namun ia tidak memiliki kekuasaan untuk melangsungkan serta melaksanakan akad tersebut.
- b. Akad yang tidak *shahih*

Akad yang tidak *shahih* adalah akad yang tidak memenuhi rukun serta syarat sahnya akad. Sehingga tidak berlakunya akibat hukum bagi kedua belah pihak yang berakad. Dalam hal ini Ulama' Hanafi membaginya menjadi dua, yaitu :

- 1) Akad *batil*, merupakan akad yang tidak memenuhi salah satu rukun serta syarat sahnya akad dan bertentangan dengan syara'
- 2) Akad *fasid*, merupakan akad yang pada dasarnya dibenarkan namun barang yang diperjual belikan merupakan barang yang belum jelas.

4. Asas-Asas Akad

Asas adalah suatu prinsip dalam perjanjian, asas akad antara satu dengan lainnya saling berhubungan, sehingga keabsahan suatu perjanjian akan terlaksana jika asas dalam akad telah terpenuhi. Berikut merupakan macam-macam dari asas akad :

a. Asas *Ibahah*

Asas *ibahah* merupakan asas umum dalam muamalah. Asas ini dirumuskan dalam adagium “Pada dasarnya segala sesuatu itu boleh dilakukan sampai ada dalil yang melarangnya”. Asas ini merupakan kebalikan dari asas yang berlaku dalam masalah ibadah, seperti seseorang tidak dapat membuat bentuk-bentuk baru dalam ibadah yang tidak pernah ditentukan oleh Nabi Muhammad SAW.

Berikut dasar hukum asas *ibahah* :

عَنْ أَبِي ثَعْلَبَةَ الْخُسَنِيِّ جُرْثُومِ بْنِ نَاشِرٍ رَضِيَ
 اللَّهُ عَنْهُ، عَنْ رَسُولِ اللَّهِ ﷺ قَالَ: إِنَّ اللَّهَ فَرَضَ
 فَرَائِضَ فَلَا تُضَيِّعُوهَا، وَحَدَّ حُدُودًا فَلَا تَعْتَدُوهَا
 وَحَرَّمَ أَشْيَاءَ فَلَا تَنْتَهِكُوهَا، وَسَكَتَ عَنْ أَشْيَاءَ
 رَحْمَةً لَكُمْ غَيْرَ نِسْيَانٍ فَلَا تَبْحَثُوا عَنْهَا (رَوَاهُ
 الدَّارِقُطْنِيُّ وَغَيْرُهُ)

“Dari Abu Tsa’labah Al-Khusyani Jurtsum bin Nasyir radhiyallahu ‘anhu, dari Rasulullah SAW bersabda, “Sesungguhnya Allah telah menetapkan beberapa kewajiban maka janganlah engkau menyepelkannya, dan Dia telah menentukan batasan-batasan maka janganlah engkau melanggarnya, dan Dia telah pula mengharamkan beberapa hal maka janganlah engkau jatuh ke dalamnya. Dia juga mendingkan beberapa hal—karena kasih sayangnya kepada kalian bukannya lupa—, maka janganlah engkau membahasnya.” (HR. Ad-Daraquthni no. 4316).⁵

b. Asas Kebebasan Berakad

Suatu prinsip hukum menyatakan bahwa setiap orang dapat membuat akad jenis apapun tanpa terikat dengan nama-nama yang telah ditentukan dalam undang-undang syariah serta memasukkan klausul apa saja ke dalam akad yang dibuat sejauh tidak berakibat batil.

Berikut dasar hukum asas kebebasan berakad

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ^٥

“Wahai orang-orang yang beriman, penuhilah janji-janji!” (Q.S. 5[Al-Maidah]; 1)⁶

⁵ Ibnu Hajar al-Asqalani, *Subulu as-Salam Syarhu Bulughul Maram*, Cet-I, (Riyadh: Maktabah al-Ma’arif, 2006), Kitab Buyu’, Nomor Hadist 4316, juz 3, 47.

⁶ Al-Qur’an Kementerian Agama RI, *Alquran dan Terjemahannya* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur’an, 2019), 96.

c. Akad Konsensualisme

Untuk tercapainya suatu perjanjian cukup dengan tercapainya kata sepakat antara para pihak yang berakad tanpa harus dipenuhinya formalitas-formalitas tertentu.

Berikut dasar hukum asas konsensualisme

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ
إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka (sama-sama rela) di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S. 4 [An-Nisa’]: 29)⁷

d. Asas Janji itu Mengikat

Pada kaidah ushul fiqih, “perintah itu pada dasarnya menunjukkan wajib” dan dalam Al-Qur’an serta hadits telah dijelaskan untuk memenuhi janji.

⁷ Ibid., 107.

Maka dalam hal ini janji itu bersifat mengikat serta wajib untuk dipenuhi.

Berikut dasar hukum asas janji itu mengikat

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَفْعَلُونَ. كَبُرَ
مَقْتًا عِنْدَ اللَّهِ أَنْ تَقُولُوا مَا لَا تَفْعَلُونَ

“Wahai orang-orang yang beriman, mengapa kamu mengatakan sesuatu (berjanji) tetapi kamu tidak melaksanakannya. Allah sangat membenci orang-orang yang berjanji (mengatakan sesuatu) tapi tidak melaksanakan janjinya (perkataannya) itu.” (Q.S. 61 [As-Shaff]: 2-3)⁸

e. Asas Keseimbangan

Asas keseimbangan dalam transaksi tercermin pada dibatalkannya suatu akad yang mengalami ketidakseimbangan prestasi yang sangat terlihat atau mencolok.

Berikut dasar hukum asas keseimbangan

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ
إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-

⁸ Ibid., 408.

suka (sama-sama rela) di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S. 4 [An-Nisa’]: 29)⁹

f. Asas Kemaslahatan

Dengan asas kemaslahatan dimaksudkan bahwa akad yang telah dibuat para pihak bertujuan untuk saling melindungi dan mewujudkan kemaslahatan serta tidak boleh menimbulkan kerugian atau madharat yang memberatkan. Namun jika terjadi suatu hal yang memberatkan, maka kewajibannya dapat diubah dengan batas yang dapat diterima.

Berikut dasar hukum asas kemaslahatan

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ
وَتَخُونُوا أَمْنَكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul serta janganlah kamu mengkhianati amanat yang dipercayakan kepadamu, sedangkan kamu mengetahui.” (Q.S. 8 [Al-Anfal]: 27).¹⁰

g. Asas Amanah

Para pihak yang berakad haruslah beritikad baik dalam bertransaksi antara satu dengan lainnya dan

⁹ Ibid., 107.

¹⁰ Ibid., 177.

tidak dibenarkan salah satu pihak mengeksploitasi ketidaktahuan mitranya.

Berikut dasar hukum asas amanah

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ
وَتَخُونُوا أَمْنَكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul serta janganlah kamu mengkhianati amanat yang dipercayakan kepadamu, sedangkan kamu mengetahui.” (Q.S. 8 [Al-Anfal]: 27)¹¹

h. Asas Keadilan

Keadilan merupakan suatu tujuan yang hendak diwujudkan oleh semua hukum. Dalam Al-Qur’an telah dijelaskan untuk berlaku adil, karena adil lebih dekat kepada takwa.¹²

Berikut dasar hukum asas keadilan

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ
بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ ءَلَّا تَعْدِلُوا
اعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ
بِمَا تَعْمَلُونَ

“Hai orang-orang yang beriman, hendaklah kamu menjadi orang-orang selalu menegakkan kebenaran karena Allah, menjadi saksi dengan

¹¹ Ibid., 162.

¹² Syamsul Anwar, *Hukum Perjanjian Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), 68.

adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap suatu kaum, membuat kamu cenderung- untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, kerana adil itu lebih dekat dengan takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.” (Q.S. 5 [Al-Maidah]: 8)¹³

5. Berakhirnya Akad

Berakhirnya akad terjadi apabila telah tercapai tujuannya atau apabila terjadi *fasakh* (pembatalan) atau telah berakhir batas waktunya. Sebab-sebab terjadinya *fasakh* adalah sebagai berikut:

- a. Terdapat hal-hal yang tidak dibenarkan oleh *syara'*
- b. Adanya sebab *khiyar*
- c. Terdapat pihak dengan persetujuan yang lain membatalkan karena menyesal atas akad yang telah dilakukan
- d. Karena kewajiban yang ditimbulkan, oleh adanya akad yang tidak dipenuhi oleh pihak-pihak terkait
- e. Karena habis waktunya
- f. Tidak adanya izin dari pihak yang berwenang
- g. Karena kematian.¹⁴

¹³ Al-Qur'an Kementerian Agama RI, *Alquran dan Terjemahannya* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), 96.

¹⁴ Mardani, *Hukum Sistem Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), 152.

B. Konsep Umum *Murabahah*

1. Definisi *Murabahah*

Secara etimologis, istilah *Murabahah* berasal dari Bahasa Arab yaitu *ribh* yang berarti keuntungan, laba, atau tambahan sebesar harga pokok barang ditambah dengan margin keuntungan yang disepakati. Sarip Muslim dalam buku *Akuntansi Keuangan Syariah: Teori dan Praktik* (2015) menyebutkan bahwa pembiayaan *murabahah* berdasarkan prinsip jual beli antara bank dan nasabah. Di mana bank membeli barang yang diperlukan nasabah dan menjualnya kepada nasabah yang bersangkutan sebesar harga perolehan beserta keuntungan yang telah disepakati bersama.¹⁵

Murabahah merupakan prinsip yang diterapkan melalui mekanisme jual beli barang secara cicilan dengan penambahan margin keuntungan bagi bank. Porsi pembiayaan dengan akad *Murabahah* saat ini berkontribusi 60% dari total pembiayaan Perbankan Syariah Indonesia. Nilai keuntungan yang didapat suatu bank bergantung pada margin laba. Nah, pembiayaan

¹⁵ Syamsul Anwar, *Hukum Perjanjian Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), 97.

akad murabahah adalah dijalankan dengan basis ribhun (laba) melalui jual beli secara cicil maupun tunai.¹⁶

Dalam praktiknya, murabahah adalah akad yang memberikan kemudahan bagi perbankan syariah dalam proses perizinan dan pengawasan produk, membantu memudahkan pelaksanaan dan pengembangan produk oleh pelaku industri, serta memberikan kepastian hukum dan transparansi produk yang mendukung terciptanya market conduct yang dapat mempengaruhi prinsip perlindungan konsumen dalam layanan produk jasa perbankan syariah. Itu berarti sebuah transaksi jual-beli amanah yaitu penjual memberikan transparansi terkait harga modal dan margin secara jelas serta jujur kepada pembeli.

Pada dasarnya, murabahah adalah sebuah proses transaksi jual beli barang ketika harga asal dan keuntungan telah diketahui dan disepakati oleh kedua belah pihak sebelumnya. Sementara dalam perbankan syariah, akad murabahah adalah jenis kontrak yang dapat diartikan sering digunakan untuk pembelian produk oleh bank sesuai permintaan nasabah dan kemudian dijual

¹⁶ Zulhamdi Zulhamdi, “Jual Beli Salam (Suatu Kajian Praktek Jual Beli Online Shopee)”, Syarah 11, no. 1, 2022, 1–19.

kepada nasabah tersebut sebesar harga beli dan keuntungan yang telah disepakati sebelumnya.¹⁷

2. Landasan Hukum *Murabahah*

Landasan hukum *murabahah* terdapat dalam Al-Qur'an dan Hadits, berikut pemaparannya:

a. Al-Qur'an

Dasar hukum *murabahah* pada al-Qur'an terdapat pada :

1) Q.S. Al-Baqarah: 275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي
يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا
الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا
فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ
وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ
فِيهَا خَالِدُونَ

"Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah

¹⁷ Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2001), 76.

diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya." (Q.S. 2 [Al-Baqarah]: 275)¹⁸

2) Al-Qashash: 26

قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَا أَبَتِ اسْتَأْجِرْهُ إِنَّ خَيْرَ مَنِ اسْتَأْجَرْتَ الْقَوِيُّ الْأَمِينُ

"Salah seorang dari kedua (perempuan) itu berkata, "Wahai ayahku, pekerjakanlah dia. Sesungguhnya sebaik-baik orang yang engkau pekerjakan adalah orang yang kuat lagi dapat dipercaya."(Q.S. 28 [Al-Qashash]: 26)¹⁹

b. Hadits

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ: أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ: أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ؟ قَالَ: عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ، وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ (رَوَاهُ الْبَزَّازُ وَصَحَّحَهُ الْحَاكِمُ)

"Dari Rifa'ah bin Rafi', Nabi SAW ditanya: Apakah pekerjaan yang paling baik/afdhal?, Beliau menjawab: Pekerjaan seorang lak-laki dengan tangannya sendiri (hasil jerih payah sendiri), dan setiap jual beli yang mabrur."

¹⁸ Al-Qur'an Kementerian Agama RI, *Alquran dan Terjemahannya* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), 42.

¹⁹ *Ibid.*, 350.

(Hadist Riwayat al-Bazzar, dan dishahihkan oleh al-Hakim)²⁰

3. Rukun dan Syarat *Murabahah*

a. Rukun *Murabahah*

Adapun rukun *Murabahah* antara lain :

1) Subjek akad (penjual dan pembeli)

Penjual adalah pihak yang memiliki objek barang yang akan diperjual belikan. Dalam transaksi melalui perbankan syariah maka pihak penjual adalah bank syariah.

Pembeli merupakan pihak yang ingin memperoleh barang yang diharapkan, dengan membayar sejumlah uang tertentu kepada penjual. Pembeli dalam transaksi perbankan syariah adalah nasabah.

2) Objek akad (harga dan barang)

Objek jual beli merupakan barang yang akan digunakan sebagai objek transaksi jual beli.

Sedangkan harga merupakan harga yang disebutkan dengan jelas dan disepakati antara penjual dan pembeli.

3) Shiqhat, yaitu ijab dan qabul.

²⁰ Ibnu Hajar al-Asqalani, *Subulu as-Salam Syarhu Bulughul Maram*, Cet-I, (Riyadh: Maktabah al-Ma'arif, 2006), Kitab Buyu', Nomor Hadist 735, juz 3, 7.

Ijab dan qabul merupakan kesepakatan penyerahan dan penerimaan barang yang diperjual belikan.²¹

b. Syarat *Murabahah*

- 1) Pihak yang berakad, harus ikhlas dan mampu untuk melakukan transaksi jual beli.
- 2) Objek jual beli, barang yang diperjual belikan ada atau ada kesanggupan bagi penjual untuk mengadakan barang tersebut, milik sah penjual, berwujud dan merupakan barang halal. Objek yang diperjualbelikan pun harus terhindar dari cacat namun apabila cacat tersebut diketahui oleh nasabah dan disetujui maka proses jual beli tetap sah.²²
- 3) Harga, harga jual yang ditawarkan oleh bank merupakan harga beli ditambah dengan margin keuntungan, harga jual tidak boleh berubah selama masa perjanjian, sistem dan jangka waktu pembayaran disepakati bersama antara penjual dan pembeli.

²¹ Wahbah Zuhaili, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, 347.

²² Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2011), 136-138.

- 4) Tidak mengandung unsur paksaan, tipuan dan mudharat.²³

4. Jenis-Jenis *Murabahah*

Terdapat dua jenis *murabahah* yang biasanya dilakukan, yaitu :

- 1) Akad *Murabahah* dengan pesanan

Pada akad *Murabahah* ini, transaksi jual-beli terjadi setelah penjual membeli barang yang telah dipesan oleh pembeli terlebih dahulu. Pesanan tersebut dapat bersifat mengikat maupun tidak mengikat. Apabila mengikat, maka pembeli tidak dapat membatalkan pesanan dan harus membayar barang yang telah dipesan. Serta jika barang yang telah dibeli nilainya berkurang sebelum diberikan kepada pembeli, tentu saja akan mengurangi akad dan penurunan nilai tersebut menjadi tanggungan atau beban penjual. Sebaliknya jika tidak mengikat, pembeli tidak wajib membayar atau dapat membatalkan barang yang telah dipesan oleh penjual.²⁴

²³ Irma devita purnamasari, *Panduan Lengkap Hukum Praktis Populer Kiat-Kiat Cerdas, Mudah, dan Bijak Memahami Masalah Akad Syariah*, 44.

²⁴ A Wangsawidjaja Z., *Pembiayaan Bank Syariah* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012), 47.

2) Akad *Murabahah* tanpa pesanan

Sesuai nama jenisnya, penjual dapat membeli barang tanpa harus ada pesanan terlebih dahulu dari pembeli. Akad *Murabahah* jenis ini termasuk bersifat tidak mengikat.²⁵

C. Konsep Umum *Multi Level Marketing*

1. Definisi *Multi Level Marketing*

Multi Level Marketing (Pemasaran Multi Tingkat), yaitu sistem pemasaran melalui jaringan distribusi yang dibangun secara berjenjang dengan memposisikan pelanggan perusahaan sekaligus sebagai tenaga pemasaran. *Multi Level Marketing* merupakan sistem penjualan yang memanfaatkan konsumen sebagai tenaga penyalur secara langsung. Sistem penjualan ini menggunakan beberapa level (tingkatan) di dalam pemasaran barang dagangannya.²⁶

Maka *Multi Level Marketing* merupakan suatu konsep penyaluran barang (produk dan jasa tertentu) yang memberi kesempatan kepada para konsumen

²⁵ Rifai, *Konsep Perbankan Syariah*, 53.

²⁶ Muhammad Syafi'I Antonio, *Mengenal MLM Syari'ah Dari Halal-Haram, Kiat Berwirausaha, Sampai dengan Pengelolanya*, (Tangerang: Qultum Media, 2005), 17.

untuk turut terlibat sebagai penjual dan memperoleh keuntungan di dalam garis kemitraannya. *Multi Level Marketing* disebut juga *Network Marketing*, *Multi Generation Marketing* dan *Uni Level Marketing*. Namun dari semua istilah itu, yang paling populer adalah istilah *Multi Level Marketing*.

Multi Level Marketing merupakan sebuah metode pemasaran barang dan atau jasa dari sistem penjualan langsung melalui program pemasaran berbentuk lebih dari satu tingkat, dimana mitra usaha mendapatkan komisi penjualan dan bonus penjualan dari hasil penjualan barang dan jasa yang dilakukannya sendiri dan anggota jaringan didalam kelompoknya.

Sistem ini memiliki ciri-ciri khusus yang membedakannya dengan sistem pemasan lain, diantara cirri-ciri khusus tersebut adalah: terdapatnya banyak jenjang atau level, melakukan perekrutan anggota baru, penjualan produk, terdapat sistem pelatihan, serta adanya sistem komisi atau bonus untuk tiap jenjangnya.²⁷

²⁷ Ibid., 50.

2. Sistem Pemasaran Model *Multi Level Marketing*

Pakar marketing ternama Don Failla, membagi marketing menjadi tiga macam. Pertama; *retail* (eceran), Kedua; *direct selling* (penjualan langsung ke konsumen); Ketiga, *multi level marketing*, yakni pemasaran berjenjang melalui jaringan distribusi yang dibangun dengan memposisikan pelanggan sekaligus sebagai tenaga pemasaran). Multi level marketing secara harfiah berarti pemasaran yang dilakukan melalui banyak level atau tingkatan, yang biasanya dikenal dengan istilah up line (tingkat atas) dan down line (tingkat bawah). Up line dan down line umumnya mencerminkan hubungan pada dua level yang berbeda atas dan bawah, maka seseorang disebut up line jika mempunyai down line, baik satu maupun lebih.

Bisnis yang menggunakan multilevel marketing ini memang digerakkan dengan jaringan, yang terdiri dari up line dan down line. Meski masing-masing perusahaan dan pebisnisnya menyebut dengan istilah yang berbeda-beda.²⁸

²⁸ Setiawan Budi Utomo, *Fiqih Actual*, (Jakarta: Gema Insani Pers, 2003), 102-103.

3. Fatwa DSN MUI Tentang *Multi Level Marketing*

Pada saat ini sudah marak adanya *Multi Level Marketing* di Indonesia, akhirnya pada tahun 2009 Dewan Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) mengeluarkan Fatwa No: 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). Tujuan adanya fatwa tersebut ialah memberikan pedoman kepada masyarakat umum agar tidak dirugikan dalam melakukan bisnis *Multi Level Marketing*.²⁹

Agar bisnis *Multi Level Marketing* sesuai dengan syariah maka DSN MUI mengeluarkan fatwa tentang penjualan langsung berjenjang syariah dengan berlandaskan pada hukum Islam yang meliputi:

a. Q.S An-Nisa: 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بِيِّنِكُمْ بِالْبَاطِلِ
إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka (sama-sama

²⁹ Hasanudi, ichwan Sam, dkk, *Himpunan Fatwa Keuangan Syariah*, (Jakarta: Erlangga, 2014), 806.

rela) di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S. 4 [An-Nisa’]: 29)³⁰

Berdasarkan fatwa No: 75/DSN-MUI/VII/2009 perusahaan *Multi Level Marketing* dianggap halal tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah apabila memenuhi poin-poin sebagai berikut:

- 1) Ada obyek transaksi ril yang diperjual belikan terdiri dari barang atau produk jasa.
- 2) Barang atau produk jasa yang menawarkan barang yang diharamkan dan yang digunakan untuk digunakan sesuatu yang haram.
- 3) Transaksi dalam perdagangan tidak mengandung unsur *gharar, maysir, riba, dharar, dzulm, maksiat*.
- 4) Tidak ada kenaikan harga/biaya yang berlebihan (mark-up yang berlebihan).
- 5) Komisi yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota, besaran maupun bentuknya harus berdasarkan prestasi kerja yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan produk, dan harus menjaga pendapatan utama mitra usaha.
- 6) Bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota harus jelas jumlahnya, saat transaksi (akad) sesuai dengan target penjualan barang dan atau produk yang ditetapkan perusahaan.

³⁰ Al-Qur’an Kementerian Agama RI, *Alquran dan Terjemahannya* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur’an, 2019), 107.

- 7) Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang peroleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang atau jasa.
- 8) Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan oleh anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan *ighra*.
- 9) Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus antar anggota pertama dan anggota berikutnya.
- 10) Sistem perekrutan, bentuk penghargaan dana secara seremonial yang dilakukan tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan aqidah, syariah dan akhlak mulia, seperti syirik, kultus, maksiat dan sebagainya.
- 11) Setiap mitra usaha yang melakukan perekrutan keanggotaan wajib membina dan mengawasi anggota yang direkrutnya.
- 12) Tidak melakukan kegiatan money game.
- 13) Dalam penerapan Maqashid Syariah untuk melihat halal atau tidak, maka harus dilihat sejauh mana praktiknya setelah dikaji sesuai dengan ajaran agama syariat Islam. Jadi tidak serta merta dilihat dari merk dan labelnya apakah berlabel syariah atau tidak, tetapi penting mengedepankan beberapa persyaratan yang sesuai dengan syariat Islam agar tercapainya sebuah Mashlahat.³¹

³¹ Muhammad Syafi'I Antonio, *Mengenal MLM Syari'ah Dari Halal-Haram, Kiat Berwirausaha, Sampai dengan Pengelolanya*, (Tangerang: Qultum Media, 2005), 47.

BAB III
PRAKTIK KERJA SAMA ANTARA LATISZA
OFFICIAL DENGAN MITRA USAHA

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Latisza Official

Latisza Official merupakan *brand* atau pelaku usaha utama yang bergerak dibidang pakaian muslim yang berada di Kabupaten Kudus, barang-barang yang diproduksi yaitu meliputi hijab, mukena, gamis, *blouse*, *one set*, hingga baju koko. *Brand* Latisza Official ini didirikan oleh Ibu Ulyana atau biasa dikenal sebagai Bunda Ulyana. Beliau merupakan salah satu wanita pebisnis yang berada di Kabupaten Kudus, bisnis atau usaha yang beliau dirikan yaitu Latisza Official yang merupakan *brand* pakaian muslim serta Latisza Travel yang merupakan biro umroh dan haji di Kabupaten Kudus.

Melalui wawancara penulis dengan Bunda Ulyana selaku pendiri Latisza Official, beliau menjelaskan bahwa berdirinya brand Latisza Official bermula dari Bunda Ulyana yang memiliki kios serta berjualan pakaian di Pasar Kliwon Kudus sejak tahun 2007. Lama waktu Bunda Ulyana berjualan pakaian di pasar yaitu kurang lebih 12 tahun, terhitung dari tahun 2007 sampai dengan 2019. Pada tahun 2019 penjualan di pasar mulai terjadi penurunan karena semakin berkembangnya teknologi dan *marketplace*, sehingga

membuat Bunda Ulyana memutuskan untuk memulai bisnis Online dengan nama Latisza Official.

Awalnya Bunda jualan di Pasar Kliwon dari tahun 2007 sampai 2019, dulu tokonya namanya Syaquina dan baru muncul nama Latisza itu di tahun 2018, cuman saat itu kita masih fokus di toko offline saja. Lalu tahun 2019 penjualan di pasar mulai menurun karena mulai banyak pasar online, akhirnya pada tahun 2019 itu Bunda memutuskan untuk go online saja. (Wawancara Ibu Ulyana, 30 Agustus 2024)¹

Brand Latisza Official terjun ke pasar online terhitung dari tahun 2019 dengan pemasaran *levelling* atau kerja sama kemitraan dengan pedagang perantara. Melalui wawancara penulis dengan Bunda Ulyana, beliau juga mengatakan alasannya mendirikan Latisza Official yaitu ingin membuka lapangan pekerjaan.

Bunda kan punya beberapa karyawan waktu itu di pasar, bunda pengennya mereka tetep bekerja sama bunda, gimana caranya biar mereka masih tetep kerja. Terus kebetulan target market kita itu ibu-ibu, nah itu bisa jadi peluang bagi ibu rumah tangga untuk memanfaatkan kerja sama kemitraan ini. Kan mereka jadi bisa menghasilkan uang sendiri hanya dengan di rumah saja. (Wawancara Ibu Ulyana, 30 Agustus 2024).

Melalui wawancara penulis dengan Bunda Ulyana, beliau menjelaskan alasannya memilih sistem kemitraan *levelling* yaitu sebelum berdirinya Latisza Official sudah terdapat

¹ Wawancara langsung bersama Ibu Ulyana *founder* Latisza Official pada tanggal 30 Agustus 2024. Di Kabupaten Kudus.

beberapa *brand* yang melakukan sistem yang sama sehingga beliau dapat belajar dari *brand-brand* yang sudah ada sebelumnya. Kemudian alasan berikutnya adalah dengan sistem kemitraan *levelling* akan saling menguntungkan dan memudahkan bagi pelaku usaha utama dan mitra usahanya serta memudahkan dalam hal promosi.

Latisza Official merupakan salah satu *brand* pakaian muslim yang berpusat di Kabupaten Kudus, sebelum berdirinya Latisza Official terdapat beberapa *brand* pakaian muslim yang lebih dulu ada dengan sistem pemasaran kemitraan atau *levelling*. Salah satu *brand* pakaian muslim yang lebih dulu ada yaitu Hijab Arrafi. Hijab Arrafi merupakan *brand* hijab sekaligus produsen hijab di Kudus yang menggunakan sistem pemasaran kemitraan atau *levelling*, namun saat ini Hijab Arrafi juga memproduksi pakaian muslim seperti halnya yang dilakukan oleh Latisza Official. Berdasarkan hasil pengamatan penulis, target pasar dari Hijab Arrafi juga terdapat di Karesidenan Pati, dibuktikan dengan banyaknya masyarakat di Karesidenan Pati yang memakai produk dengan logo Arrafi. Sedangkan untuk pemakai produk Latisza Official tidak terlalu banyak ditemui di Karesidenan Pati.

Untuk target market Latisza sendiri itu kebanyakan di daerah Jawa Timur sih, rata-rata daerah sana, kayak di Kediri dan Lamongan gitu contohnya. Disana juga ada banyak distributor kita. (Wawancara Admin Nisa, 9 September 2024).²

Berdasarkan pernyataan dari admin Latisza Official di atas bahwasannya target pasar Latisza Official mayoritas di daerah Jawa Timur, ia menyebutkan bahwa terdapat banyak mitra yang berada ditingkatan distributor. Dilihat dari banyaknya mitra yang bergabung di Latisza Official, Nisa menyebutkan bahwa omzet Latisza Official bisa lebih dari 1 milyar perbulan.

2. Mitra Usaha

Mitra Usaha pada *brand* Latisza Official merupakan *partner* kerja sama yang terdiri dari sekumpulan pedagang perantara dari berbagai daerah yang mendaftarkan dirinya sebagai mitra usaha Latisza Official.

Pedagang perantara yang tergabung sebagai mitra usaha Latisza Official memiliki beragam latar belakang, contohnya saja terdapat pedagang perantara yang sudah terkenal dan terdapat juga pedagang perantara yang pemula. Mereka yang mendaftarkan dirinya sebagai mitra usaha Latisza Official memiliki hak dan kewajiban yang sama berdasarkan tingkatan kemitraan yang diambil.

² Wawancara langsung bersama Nisa, Admin Latisza Official pada tanggal 30 Agustus 2024. Di Kabupaten Kudus.

Latisza Official memiliki 4 (empat) tingkatan kemitraan yang bebas dipilih oleh pedagang perantara yang akan mendaftarkan dirinya sebagai mitra usaha, diantaranya yaitu; distributor, agen, sub-agen, dan member. Distributor merupakan mitra usaha yang memiliki tingkatan paling tinggi pada Latisza Official, ia memiliki batas minimal belanja dengan nominal paling tinggi dibandingkan dengan mitra usaha lainnya. Setiap tingkatan mitra usaha memiliki batas minimal belanja yang berbeda-beda, tingkatan tertinggi berada pada distributor, kemudian agen, sub-agen, dan member.

Mitra Usaha pada Latisza Official terdiri dari pedagang perantara yang memiliki toko *offline* maupun *online*. Mereka menjualkan produk-produk dari Latisza Official berdasarkan cara mereka masing-masing, namun banyak diantaranya yang menjulakam produknya secara *online*. Cara mereka memasarkan produkpun sudah disediakan oleh Latisza Official dalam bentuk foto katalog dan video, jadi tugas mereka hanyalah memasarkan produk dengan menggunakan media foto atau video yang telah disediakan oleh Latisza Official.

B. Praktik Kerja Sama antara Latisza Official dengan Mitra Usaha

1. Sistem Kerja Sama

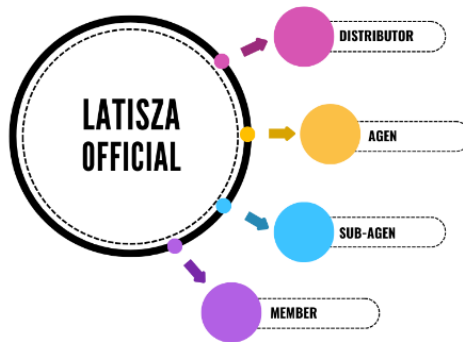


Diagram 3.1

Latisza Official merupakan pelaku usaha utama yang memproduksi busana muslim yang telah beroperasi selama 5 tahun dengan total 4 tingkatan mitra didalamnya, yaitu distributor, agen, sub agen, dan member. Syarat dan benefit menjadi mitra usaha Latisza Official adalah sebagai berikut :

a. Distributor

Pedagang perantara yang ingin bergabung sebagai mitra usaha Latisza Official sebagai distributor hanya memiliki syarat yaitu harus mampu melakukan transaksi pada Latisza Official minimal Rp. 20.000.000

setiap bulannya dan melakukan pendaftaran di awal serta membayar Rp. 120.000 dengan mendapatkan benefit berupa sertifikat, *goodie bag*, *banner*, *price list*, *id card*, serta hijab gratis.

b. Agen

Syarat menjadi agen Latisza Official yaitu harus mampu melakukan transaksi kepada Latisza Official minimal Rp. 7.000.000 setiap bulannya dan melakukan pendaftaran serta membayar Rp. 100.000 dengan benefit berupa *goodie bag*, *banner*, *price list*, *id card*, serta hijab gratis. Perbedaan benefit dengan distributor hanyalah pada tingkatan agen tidak mendapatkan sertifikat.

c. Sub Agen

Pada tingkatan sub agen syarat yang ditentukan yaitu harus mampu melakukan transaksi kepada Latisza Official dengan minimal Rp. 1.000.000 setiap bulannya dan melakukan pendaftaran dengan membayar Rp. 50.000 dengan benefit yang hampir sama dengan distributor dan agen, yaitu *goodie bag*, *banner*, *price list*, dan *id card*. Perbedaan benefit dengan distributor dan agen yaitu terletak pada ukuran *banner* yang diberikan serta pada tingkatan sub agen tidak mendapatkan hijab gratis pada saat pendaftaran.

d. Member

Pada tingkatan member syarat yang ditentukan sedikit berbeda dengan 3 tingkatan di atasnya serta lebih mudah, yaitu hanya dengan melakukan transaksi pada Latisza Official dengan cara membeli minimal satu produk dari Latisza Official setiap bulannya dan juga dengan cara melakukan pendaftaran di awal dengan membayar sebesar Rp. 20.000 dan benefit yang didapatkan hanyalah *id card*.³

Adapun busana muslim yang dipasarkan oleh Latisza Official yaitu berupa macam-macam jilbab, gamis, tunik, mukena, baju koko, hingga *one set*. Usaha kemitraan yang ada pada Latisza Official ini merupakan usaha kemitraan yang memiliki beberapa tingkatan di dalamnya yang dapat disesuaikan dengan keinginan calon mitra yang ingin bergabung.

Latisza Official mengusung konsep *Multi Level Marketing*. *Multi Level Marketing* berbentuk lebih dari satu tingkat, dimana didalamnya terdapat beberapa mitra usaha yang dalam hal ini disebut; distributor, agen, sub-agen, dan member. Berikut ini merupakan sistem *Multi Level Marketing* yang diterapkan oleh Latisza Official.

³ Wawancara dengan Nisa selaku admin pada Latisza Official pada tanggal 24 Agustus 2024. Di Kecamatan Kota, Kabupaten Kudus.

Untuk mulai bergabung, sebut saja X membayar uang dalam jumlah tertentu sesuai dengan tingkatan yang dipilih dan mencakup benefit yang diberikan pada saat pendaftaran dan menyerahkan foto ktp sebagai data yang diserahkan pada saat pendaftaran. Sebagai contoh X mendaftarkan dirinya pada tingkatan distributor, maka setelah menjadi anggota, X harus target Rp. 20.000.000 setiap bulannya. Pemasaran produk yang dilakukan setiap mitra usaha bebas bisa menggunakan sistem apa saja. Begitupun seterusnya, misal Y mendaftarkan dirinya sebagai agen, maka setelah menjadi anggota maka Y harus target minimal Rp. 7.000.000 setiap bulannya.

Adapun beberapa cara pemasaran yang dilakukan oleh Latisza Official adalah sebagai berikut :

1) Pemasaran langsung (*direct marketing*)

Direct Marketing menggunakan iklan untuk menghubungkan antara pelanggan dengan penjual, dimana penjual tidak perlu mengunjungi toko ritel untuk membeli produk,

Pemasaran Latisza Official dilakukan dengan menggunakan katalog dan menerapkan sistem *Multi Level Marketing*. Dimana *Multi Level Marketing* merupakan bagian dari *direct seliing*. Penjualan dengan katalog ini dilakukan dengan beberapa cara. Biasanya

mitra mengupload katalog di sosial media sehingga calon pelanggan yang ingin memesan, bisa langsung menghubungi sosial media tersebut.

2) Pemasaran Interaktif

Pemasaran interaktif berupa kegiatan dan program *online* yang dirancang untuk melibatkan pelanggan atau prospek dan secara langsung dan tidak langsung meningkatkan kesadaran, memperbaiki citra, atau menciptakan penjualan produk atau jasa. Terdapat banyak program atau kegiatan *online* yang dapat dilakukan untuk memangun suatu kegiatan pemasaran interaktif. Hal ini dikarenakan program *online* memiliki kelebihan dibandingkan yang lain. Selain efisiensi waktu, *online marketing* tidak memerlukan tempat kerja khusus. Artinya pebisnis dapat melakukan pekerjaannya dimana saja selama memiliki *smartphone* atau komputer yang terhubung oleh internet.

3) Pemasaran Dari Mulut ke Mulut

Pemasaran ini berupa komunikasi secara lisan maupun tertulis antara masyarakat yang berhubungan dengan keunggulan ataupun pengalam membeli atau menggunakan produk atau jasa. Komunikasi ini dapat berlangsung secara tatap muka ataupun tidak. Pemasaran produk Latisza juga dapat dilakukan dengan

memanfaatkan media sosial seperti *WhatsApp*, Instagram, dan Tiktok. Dimana mitra usaha dapat dengan aktif mempromosikan produk Latisza Official dan pelanggan dapat bertanya langsung kepada mitra usaha perihal produk maupun bisnis Latisza Official.

Adapun akad yang digunakan dalam perjanjian kerja sama antara Latisza Official dengan mitra usaha yaitu akad kerja sama saling percaya, dimana tidak terdapat surat perjanjian tertulis yang mengikat antara pelaku usaha utama dengan mitra. Hanya prinsip saling percaya antara pelaku usaha utama dengan mitra, bahwasannya mitra harus memenuhi target dalam waktu yang telah ditentukan.

Berikut penulis memaparkan hasil wawancara dengan mitra usaha Latisza Official:

- a. Mitra Usaha DA mengatakan : bahwa ia merupakan mitra dengan tingkatan agen. Ia mengetahui Latisza Official dari temannya dan tertarik untuk bergabung sebagai mitra karena Latisza Official memiliki produk yang berkualitas.

Tahu latisza itu dari temen yang jadi member di sana, karna saya lihat temen saya pake produknya kok bagus, jadi saya tertarik barangkali cocok kalo saya jualan. (Wawancara Ibu DA, 27 November 2024)

Ia merasa tidak keberatan dengan pemungutan biaya pendaftaran di awal dan ia tidak keberatan dengan target yang telah ditentukan di awal, hanya saja menurutnya untuk saat ini memang terasa lebih berat karena kondisi perekonomian tidak menentu. Terkadang ia mampu memenuhi target secara kontan, namun ia akhirnya turun tingkatan kemitraan dari distributor menjadi agen karena tidak bisa mencapai target. Menurutnya nominal target lebih baik diturunkan mengingat kondisi pasar yang belum stabil.

Kalo buat biaya pendaftaran saya sih fine-fine aja, tapi untuk saat ini target kok agak berat ya mbak, apa karna perekonomian sedang tidak menentu atau bagaimana. Saya dulu sih target terus ya tapi akhirnya turun level karna ga target. Ya mungkin sih berharapnya targetnya mbok ya diturunin karna pasar belum stabil. (Wawancara Ibu DA, 27 November 2024).⁴

- b. Mitra Usaha EJ mengatakan: bahwa ia merupakan mitra dengan tingkatan distributor. Ia mengetahui Latisza Official dari media sosial dan tertarik untuk bergabung sebagai mitra karena produknya yang menarik.

⁴ Wawancara langsung bersama DA selaku distributor pada 28 November 2024, Di Kecamatan Kota, Kabupaten Kudus.

Saya tahu Latiza itu dari sosmed mbak, waktu itu saya lihat-lihat di ig kok kayaknya peluangnya bagus, jadi saya dari situ pengen join (Wawancara Ibu EJ, 28 November 2024)

Ia merasa tidak keberatan dengan pemungutan biaya pendaftaran di awal dan ia tidak keberatan dengan target yang telah ditentukan di awal, ia merasa penjualannya sampai saat ini stabil. Ia juga selalu mampu memenuhi target secara kontan sehingga tingkatan kemitraanya tidak bermasalah. Menurut Latisza Official harus lebih cepat dalam hal produksi karena banyak peminatnya.

Menurut saya biaya pendaftaran ya wajar kalo ada, namanya kan juga mau join to, dan untuk target yang diminta juga masih wajar menurut saya. (Wawancara Ibu EJ, 28 November 2024).⁵

- c. Mitra Usaha HS mengatakan : bahwa ia merupakan mitra dengan tingkatan distributor. Ia mengetahui Latisza Official dari temannya dan tertarik untuk bergabung sebagai mitra karena ingin menambah penghasilan. Ia merasa tidak keberatan dengan pemungutan biaya pendaftaran di awal dan ia tidak

⁵ Wawancara langsung bersama EJ selaku distributor pada 28 November 2024, Di Kecamatan Kota, Kabupaten Kudus.

keberatan dengan target yang telah ditentukan di awal. Ia juga selalu mampu memenuhi target secara kontan sehingga tingkatan kemitraanya tidak bermasalah. Menurutny Latisza Official sudah bagus dan berkualitas produk-produknya dan ia berharap Latisza Official bisa terus meningkatkan kualitas.⁶

- d. Mitra Usaha MB mengatakan : bahwa ia merupakan mitra dengan tingkatan distributor. Ia mengetahui Latisza Official dari media sosial dan tertarik untuk bergabung sebagai mitra karena produk latisza sesuai dengan target marketnya.

Saya tau Latisza dari temen dan kebetulan produknya saya pikir cocok nih sama pelanggan saya, setelah saya diskusiin sama suami terus saya langsung daftar member disini. Terus kalo untuk biaya pendaftaran ya tidak ada masalah. (Wawancara Ibu MB, 28 November 2024).

Ia merasa tidak keberatan dengan pemungutan biaya pendaftaran di awal dan ia tidak keberatan dengan target yang telah ditentukan di awal, hanya saja menurutnya untuk saat ini memang terasa lebih berat karena saat ini mulai bermunculan *brand-brand* dengan

⁶ Wawancara *online* dengan HS pada tanggal 29 Agustus 2024, dengan media *WhatsApp*.

harga yang lebih terjangkau. Terkadang ia mampu memenuhi target secara kontan, tetapi terkadang ia tidak bisa secara kontan atau hanya mendekati nominal yang telah ditentukan, namun sampai saat ini ia tidak turun tingkatan kemitraannya. Menurutnya nominal target bisa sedikit dikurangi.

Waduh kalo untuk saat ini kok menurut saya rada berat ya targetnya, soalnya sekarang kan banyak brand-brand yang lebih murah meriah, pelanggan saya lebih suka yang murah-murah mbak. Jadi ya kadang saya bisa target, Cuma ya kadang mendekati target aja. (Wawancara Ibu MB, 28 November 2024).⁷

- e. Mitra Usaha SN mengatakan : bahwa ia merupakan mitra dengan tingkatan distributor. . Ia mengetahui Latisza Official dari temannya dan tertarik untuk bergabung sebagai mitra karena menurutnya Latisza Official mempunyai prospek yang bagus. Ia merasa tidak keberatan dengan pemungutan biaya pendaftaran di awal, hanya saja ia sedikit keberatan dengan target yang telah ditentukan karena produk Latisza Official kurang cocok untuk target marketnya. Terkadang ia

⁷ Wawancara langsung bersama MB selaku distributor pada 28 November 2024, Di Kecamatan Kaliwungu, Kabupaten Kudus.

mampu memenuhi target secara kontan, tetapi terkadang ia tidak bisa secara kontan atau hanya mendekati nominal yang telah ditentukan, namun sampai saat ini ia tidak turun tingkatan kemitraannya. Menurutny akan lebih baik jika nominal target bisa lebih rendah.⁸

2. Teknis Pelaksanaan



Diagram 3.2

a. Pendaftaran Mitra

Tahapan pertama yang dilakukan oleh pedagang perantara yang ingin bergabung sebagai mitra usaha

⁸ Wawancara *online* dengan SN pada tanggal 30 Agustus 2024, dengan media *WhatsApp*.

Latisza Official adalah dengan cara melakukan pendaftaran serta membayar biaya pendaftaran.

Pendaftaran ini dapat dilakukan secara online maupun offline dengan cara datang ke kantor pusat Latisza Official yang berada di Kudus, Jawa Tengah. Pedagang perantara yang ingin bergabung sebagai mitra usaha Latisza Official dapat mendaftarkan diri kepada admin Latisza Official, kemudian memilih tingkatan mana yang akan diambil.

Setiap tingkatan memiliki syarat dan benefit yang berbeda. Hal itu memudahkan para pedagang perantara yang ingin bergabung sebagai mitra untuk dapat menyesuaikan kemampuan mereka dalam kerja sama ini.

b. Praktik Kerja Sama

Pedagang perantara yang sudah mendaftarkan diri sebagai mitra usaha Latisza Official akan dikumpulkan menjadi satu dalam grup yang menggunakan media *whatsapp*.

Pada grup tersebut mitra-mitra dapat mengakses beragam informasi yang dibagikan oleh pelaku usaha utama, informasi tersebut dapat terkait informasi harga, peluncuran produk baru, serta konten-konten yang

dapat digunakan mitra untuk mempromosikan dagangannya.

Jadi keuntungan menjadi mitra di Latisza itu para mitra tidak diwajibkan untuk bisa berjualan, karena nanti dari kita akan ada mentoring dalam hal pemasaran produk. Selain itu kita juga menyediakan konten untuk setiap produknya untuk memudahkan mitra dalam mempromosikan dagangannya.

(Wawancara Admin Nisa, 24 Agustus 2024)

Latisza Official rutin mengirimkan konten pada setiap produknya di grup *whatsapp* yang berisikan mitra usaha, tidak hanya pada saat *launching* produk baru, namun Latisza Official juga kerap mengirimkan konten *refresh* terkait produk yang sudah lama *launching*. Konten-konten tersebut nantinya bebas diunduh oleh setiap mitra dan dibagikan melalui platform tempat mereka berjualan.

*Dengan adanya konten-konten dari kami, para mitra tidak perlu repot-repot membuat video untuk mempromosikan dagangannya. Cukup mengunduh video konten yang telah kami bagikan di grup *whatsapp* saja.⁹*

Setelah bergabung pada grup *whatsapp* dan mengakses serta membagikan konten-konten yang telah dikirimkan oleh pelaku usaha utama, para mitra ini

⁹ Wawancara dengan Nisa selaku admin pada Latisza Official pada tanggal 24 Agustus 2024. Di Kecamatan Kota, Kabupaten Kudus.

menjalankan kewajibannya sesuai dengan tingkatan mitra yang mereka ambil. Kesepakatan yang telah disepakati di awal sebagai mitra yaitu, pada tingkatan distributor memiliki target belanja paling sedikit Rp. 20.000.000 perbulan, agen Rp. 7.000.000 perbulan, sub agen Rp. 1.000.000 perbulan, dan member hanya memiliki syarat untuk membeli minimal satu produk tiap bulannya.

Berdasarkan hasil pengamatan penulis dari para responden yang diwawancarai, dalam praktik kerja sama ini mereka mempunyai alasan tersendiri saat bergabung menjadi mitra usaha serta menyetujui perjanjian di awal dengan nominal yang telah ditentukan.

BAB IV

**TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PRAKTIK
KERJA SAMA ANTARA PELAKU USAHA UTAMA
DENGAN MITRA USAHA**

(Studi Kasus pada Brand Latisza Official di Kudus)

**A. Analisis Praktik Kerja Sama antara Pelaku Usaha
Utama dan Mitra di Latisza Official**

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis melalui observasi, dokumentasi, serta wawancara baik secara langsung maupun secara *online* dengan narasumber serta sumber lain yang berkaitan dengan topik penelitian yang sesuai dengan judul penelitian. Langkah penulis selanjutnya adalah menganalisis hasil penelitian sesuai dengan data praktik kerja sama antara pelaku usaha utama dengan mitra usaha di Latisza Official.

Kerja sama merupakan kegiatan yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk mencapai tujuan bersama, kerja sama bisa terjadi disebabkan karena adanya orientasi orang-perorangan dengan kelompok dan kelompok lainnya. Sedangkan murabahah merupakan sebuah proses transaksi jual beli barang ketika harga asal dan keuntungan telah diketahui dan disepakati oleh kedua belah pihak sebelumnya.

Perkembangan zaman yang semakin pesat sangat berpengaruh pada laju pertumbuhan ekonomi, masyarakat

menjadi lebih berinovasi untuk mencari serta mengelola kekayaan. Sama halnya dengan pedagang-pedagang perantara yang bergabung menjadi mitra dari suatu perusahaan.

1) Mekanisme Kerja Sama antara Pelaku Usaha Utama dengan Mitra

Analisis pertama dengan berdasarkan kerja sama murabahah pada mekanisme kerja sama antara pelaku usaha utama dengan mitra di Latisza Official. Berikut rukun dan syarat murabahah :

a. Pelaku

Syaratnya yaitu terdapat penjual dan juga pembeli. Dalam hal ini Latisza Official disebut sebagai penjual dan mitra usaha disebut sebagai pembeli. Hal ini telah terpenuhi pada kerja sama yang dilakukan oleh Latisza Official dengan mitra usaha.

b. Objek akad

Adanya barang yang telah disepakati oleh kedua belah pihak.¹ Hal ini telah terpenuhi pada kerja sama antara pelaku usaha utama dengan mitra usaha, terbukti dengan tidak adanya hambatan bagi para mitra saat mendaftar sebagai mitra usaha Latisza Official.

¹ Yazid Afandi, *Fiqih Muamalah*, 125.

c. *Ijab qobul*

Akad akan dinyatakan sah apabila telah melakukan *ijab* dan *qobul*, dalam hal ini kedua belah pihak antara pelaku usaha utama dan mitra usaha telah mengikatkan dirinya dengan ikrar yang telah diucapkan secara langsung maupun melalui media sosial *WhatsApp* yaitu menyatakan saling percaya dan sukarela untuk bergabung sebagai mitra usaha Latisza Official.

2) Sistem Kerja Sama

Hasil pengamatan penulis pada penelitian ini adalah kerja sama antara Latisza Official dengan mitra usaha termasuk dalam kategori kerja sama *multi level marketing*.

Sistem *multi level marketing* berbentuk lebih dari satu tingkat. Berikut merupakan sistem dari *multi level marketing* yang diterapkan pada Latisza Official.

Kerja sama antara pelaku usaha utama dengan mitra di Latisza Official memiliki tahapan yaitu, pertama pedagang perantara harus mendaftarkan diri terlebih dahulu kepada admin Latisza Official, pendaftaran bisa dilakukan dengan cara datang ke kantor Latisza Official atau dengan menggunakan media *WhatsApp*. Kemudian pada saat pendaftaran, admin Latisza Official menjelaskan mengenai syarat dan ketentuan mitra usaha dan dalam hal

ini apabila kedua belah pihak setuju maka terjadilah kesepakatan mengenai perjanjian usaha. Tahap selanjutnya yaitu melakukan transaksi atau pembelanjaan sesuai dengan nominal yang telah ditentukan pada tiap tingkatannya.

Pada kerja sama kemitraan di Latisza Official, kerja yang dilakukan serta hasil yang diterima oleh masing-masing mitra adalah tergantung pada tingkatan kemitraannya. Terbukti dengan sudah dijelaskan pada perjanjian bahwasannya setiap tingkatan memiliki syarat dan *benefit* yang berbeda. Hal ini telah diketahui oleh setiap pedagang perantara yang ingin bergabung sebagai mitra usaha Latisza Official dan mereka menerimanya dengan baik.

Paparan data dalam Bab III menunjukkan serangkaian kegiatan yang menitikberatkan pada pelaksanaan akad Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) *Multi Level Marketing* Latisza Official di Kudus. Pelaksanaan akad Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) *Multi Level Marketing* Latisza Official di Kudus, dimana dalam hal ini berlaku akad murabahah antara Latisza Official dengan mitra usaha.

1) Perusahaan Latisza Official sebagai penyetok barang atau sebagai penjual.

- 2) Mitra Usaha Latisza Official sebagai pemasar atau sebagai pembeli.
- 3) Dalam hal ini produk Latisza Official yang menjadi objek.

Akad murabahah akan dikatakan sah apabila memenuhi rukun dan syarat berikut:

a. Rukun Akad Murabahah

- 1) Pelaku akad yaitu penjual dan pembeli
- 2) Objek akad
- 3) sighthat

b. Syarat Akad Murabahah

- 1) Jual beli murabahah harus dilakukan atas barang yang telah dimiliki (hak kepemilikan telah berada ditangan penjual). Artinya keuntungan dan resiko tersebut ada pada penjual sebagai konsekuensi dari kepemilikan yang timbul dari akad yang sah. Ketentuan ini sesuai dengan kaidah bahwa keuntungan yang terkait dengan resiko dapat mengambil keuntungan.
- 2) Mengetahui harga pokok (harga beli), disyaratkan bahwa harga beli harus diketahui oleh pembeli kedua, karena hal itu merupakan syarat mutlak bagi murabahah
- 3) Adanya kejelasan margin (keuntungan) yang diinginkan penjual kedua, keuntungan harus dijelaskan

nominalnya kepada pembeli kedua atau dengan menyebutkan presentase dari harga beli.

4) Dalam sistem murabahah, penjual boleh menetapkan syarat bagi pembeli untuk menjamin kerusakan yang tidak nampak, tetapi syarat seperti ini lebih baik tidak ditetapkan.

Melihat dari ketentuan di atas, dapat dikatakan bahwa pihak Latisza Official sebagai penyetok barang atau bisa juga sebagai penjual dan mitra usaha sebagai pemasar bisa juga disebut pembeli, Hal ini telah sesuai dengan akad murabahah karena pihak Latisza Official memberitahukan harga asli dan keuntungan yang transparan kepada mitra usaha.

B. Analisis Hukum Islam terhadap Praktik Kerja Sama antara Pelaku Usaha Utama dan Mitra di Latisza Official

Merujuk pada pemaparan hukum Islam terhadap praktik kerja sama antara pelaku usaha utama dengan mitra usaha di Latisza Official, penulis menyajikan dalam beberapa aspek berikut :

1. Akad *Mu'alaq*

Akad *Mu'alaq* merupakan akad yang dalam pelaksanaannya terdapat syarat-syarat yang telah ditentukan dalam akad, misalkan dalam hal penentuan

penyerahan barang-barang yang diadakan setelah adanya pembayaran.²

Pada kerja sama antara pelaku usaha utama dan mitra yang tergabung sebagai mitra usaha di Latisza Official, berlaku adanya akad *mu'alaq*. Terbukti dengan adanya syarat-syarat yang diberlakukan kepada para mitra usaha, yaitu mitra usaha harus melakukan pembayaran terlebih dahulu sebelum menerima barang-barang atau dengan kata lain penyerahan barang-barang baru akan dilaksanakan apabila telah terjadi pembayaran. Mitra usaha di Latisza Official juga memiliki syarat dan ketentuan yang berbeda-beda sesuai dengan tingkatan kemitraannya dalam melakukan kerja sama ini.

Pelaksanaan akad *mu'alaq* dalam kerja sama kemitraan antara pelaku usaha utama dengan mitra di Latisza Official telah berjalan dengan sempurna. Terbukti dengan para mitra usaha yang menerima dengan baik atas syarat-syarat yang diberlakukan.

Berikut syarat-syarat yang diberlakukan kepada mitra usaha di Latisza Official yaitu dengan melakukan pendaftaran di awal dan melakukan transaksi sesuai dengan tingkatan kemitraannya. Untuk distributor memiliki syarat melakukan transaksi minimal Rp.

² Syamsul Anwar, *Hukum Perjanjian Syariah*, 68.

20.000.000 setiap bulannya, agen Rp. 7.000.000 setiap bulannya, sub-agen Rp. 1.000.000 setiap bulannya, dan member memiliki syarat untuk membeli minimal satu produk dari Latisza Official setiap bulannya. Kemudian untuk penyerahan produk akan dilakukan jika mitra usaha sudah melakukan pembayaran.

2. Asas Keseimbangan

Asas keseimbangan dalam transaksi tercermin pada dibatalkannya suatu akad yang telah mengalami ketidakseimbangan prestasi yang sangat terlihat atau mencolok. Pada praktik kerja sama antara pelaku usaha utama dengan mitra usaha di Latisza Official, asas keseimbangan ini sudah dipenuhi.

Terpenuhinya asas keseimbangan pada kerja sama antara Latisza Official dengan mitra usaha, seperti pada Firman Allah Q.S An-Nisa' ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا
 أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ
 اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka (sama-sama rela) di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu.

Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S. 4 [An-Nisa’]: 29)³

Pemenuhan asas keseimbangan terbukti dengan adanya syarat dan ketentuan pada setiap tingkatan kemitraannya. Seperti saat terdapat mitra yang tingkatannya berada di distributor, apabila ia mengalami ketidakseimbangan prestasi maka ia akan diturunkan tingkatan kemitraannya dari yang mulanya distributor menjadi agen dan begitu seterusnya.

3. Asas Kemaslahatan

Akad yang telah dibuat oleh para pihak memiliki tujuan untuk saling melindungi dan mewujudkan kemaslahatan serta tidak boleh menimbulkan kerugian ataupun madharat yang memberatkan.

Telah dijelaskan pada Firman Allah pada Q.S Al-Anfal ayat 27:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا
أَمْنَكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul serta janganlah kamu mengkhianati amanat yang dipercayakan-

³ Al-Qur’an Kementerian Agama RI, *Alquran dan Terjemahannya* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur’an, 2019), 107.

kepadamu, sedangkan kamu mengetahui.” (Q.S. 8 [Al-Anfal]: 27)⁴

Pada kerja sama antara Latisza Official dan mitra usaha implementasi asas keseimbangan kiranya masih belum sempurna dilaksanakan, hal ini terbukti dengan adanya beberapa dugaan perlakuan yang berbeda yang diterima oleh setiap mitra usaha yang mengalami ketidakseimbangan prestasi.

Berikut penulis jabarkan mengenai alasan mitra yang tidak memenuhi target yang telah ditentukan di awal perjanjian:

- a. Mitra usaha berinisial DA. Mitra DA merupakan mitra yang saat ini berada di tingkatan agen. Ia tidak dapat memenuhi target dari yang awalnya tingkatan kemitraannya sebagai distributor turun menjadi agen. Alasan DA tidak dapat memenuhi target karena kendala perekonomian yang tidak stabil
- b. Mitra usaha berinisial MB. Mitra MB merupakan mitra yang saat ini berada di tingkatan distributor. Ia terkadang tidak dapat memenuhi target secara kontan, nominal yang ia keluarkan hanya mendekati target yang telah ditentukan di awal perjanjian, namun

⁴ Ibid., 162.

sampai saat ini posisi kemitraannya masih bertahan di distributor. Alasan MB tidak dapat memenuhi target karena menurutnya sekarang terdapat beberapa *brand* lain yang harganya lebih terjangkau dibandingkan Latisza Official.

- c. Mitra usaha berinisial SN. Mitra SN merupakan mitra yang saat ini berada di tingkatan distributor. Kasusnya hampir sama dengan mitra MB, ia terkadang bisa memenuhi target secara kontan, namun terkadang juga ia hanya mengeluarkan nominal yang hanya mendekati target. Sampai saat ini ia masih berada pada tingkat kemitraan distributor. Alasan SN tidak dapat memenuhi target karena menurutnya produk Latisza Official kurang cocok dengan target pasarnya.

Pada kasus-kasus di atas yang telah penulis jabarkan, dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat beberapa mitra yang mendapatkan perlakuan yang berbeda. Selain itu, terdapat beberapa mitra yang tidak dapat memenuhi target secara kontan namun posisi kemitraannya tidak bermasalah atau tidak turun tingkatan kemitraannya.

Penulis menyoroti terdapat tindakan wanprestasi yang telah dilakukan oleh beberapa mitra. Pada perjanjian awal sudah dijelaskan bahwasannya tiap tingkatan mitra memiliki nominal target masing-masing dan jika tidak

dapat mencapai target akan diturunkan tingkatan kemitraannya. Namun dalam praktiknya, terdapat subjektivitas dari pemilik karena masih terdapat beberapa mitra yang tidak memenuhi target secara kontan tetapi tidak turun tingkatan kemitraannya.

Hal ini menjadikan praktik kerja sama antara pelaku usaha utama dengan mitra usaha di Latisza Official menjadi kurang seimbang serta kurang memenuhi asas Hukum *Mu'amalah*, yaitu asas keseimbangan dan asas kemaslahatan. Pasalnya terdapat perlakuan yang berbeda antar mitra usahanya dan juga tidak adanya perjanjian yang tertulis dan mengikat. Selain itu, hal ini juga menimbulkan kerugian terhadap salah satu pihak karena terdapat perlakuan yang berbeda.

Agar kerja sama berjalan sesuai dengan Hukum *Mu'amalah*, maka yang seharusnya dilakukan antara Latisza Official dan mitra usaha yaitu dengan mengadakan perjanjian secara tertulis yang memuat ultimatum-ultimatum mengenai syarat dan juga ketentuan dalam kerja sama.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang telah penulis paparkan tentang Tinjauan Hukum Islam terhadap Praktik Kerja Sama antara Pelaku Usaha Utama dengan Mitra di Latisza Official, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Praktik kerja sama antara pelaku usaha utama dengan mitra di Latisza Official merupakan kerja sama dengan sistem kemitraan atau *multi level marketing*. Latisza official memiliki empat tingkatan kemitraan yang meliputi; distributor, agen, sub-agen, dan member. Para pedagang perantara dibebaskan memilih tingkatan kemitraan sesuai dengan keinginan dan kemampuan, pada setiap tingkatan kemitraan di Latisza Official memiliki syarat dan manfaat masing-masing.
2. Pelaksanaan praktik kerja sama dengan akad Penjualan Langsung Berjenjang Syariah *multi level marketing* pada Latisza Official, berlaku akad murabahah antara Latisza Official dengan mitra usaha. Hal ini sudah sesuai dengan fatwa DSN MUI No 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).
3. Praktik kerja sama antara pelaku usaha utama dengan mitra usaha di Latisza Official termasuk dalam kategori

murabahah. Hukum asal *murabahah* adalah mubah atau diperbolehkan. Kerja sama antara pelaku usaha utama dengan mitra usaha di Latisza Official menggunakan akad perjanjian saling percaya dan tidak ada perjanjian tertulis.

4. Dari sudut pandang penulis kerja sama antara pelaku usaha utama dengan mitra usaha di Latisza Official sudah sesuai dengan hukum, namun terdapat asas *mu'amalah* yang kurang terpenuhi seperti pada asas kemaslahatan. Dalam kerja sama ini timbul adanya subjektivitas dari pemilik kepada para mitra usahanya, seperti kesenjangan serta kurang terpenuhinya asas kemaslahatan.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan, terdapat saran-saran khususnya bagi pelaku usaha utama serta mitra usaha Latisza Official, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi para mitra usaha di Latisza Official agar melaksanakan perjanjian yang berisi syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan di awal. Baiknya untuk selalu memenuhi target yang telah ditentukan karena pada saat pendaftaran sebagai mitra, para pedagang perantara sudah ditawarkan pilihan tingkatan kemitraan oleh pelaku usaha utama.
2. Bagi pihak Latisza Official selaku pelaku usaha utama, sebaiknya diadakan perjanjian secara tertulis yang

ditandatangani oleh para mitra usaha Latisza Official, karena dengan hal ini dapat meminimalisir adanya wanprestasi yang dilakukan oleh para mitra.

3. Pelaksanaan kerja sama antara pelaku usaha utama dengan mitra usaha di Latisza Official, sebaiknya menerapkan secara sempurna mengenai asas kemaslahatan agar tidak terjadi ketimpangan antar mitra usaha di Latisza Official.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Afandi, Yazid, *Fiqih Muamalah*. Yogyakarta: Logung Pustaka, 2009.
- Amiruddin dan Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006.
- Anshori, Abdul Ghofur, *Hukum Perjanjian Islam di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2018.
- Anwar, Syamsul, *Hukum Perjanjian Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers, 2010.
- Basyir, Ahmad Azhar, *Wakaf-Ijarah-Syirkah*. Bandung: PT Alma'arif, 1987.
- Creswell, Jhon w, *Penelitian Kualitatif & Desain Riset : Memilih Di Antara Lima Pendekatan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2018.
- Dewi, Gemala,, *Aspek-aspek Hukum dalam Perbankan dan Perasuransian di Indonesia*. Jakarta: Kencana, 2004.
- Djamil, Fathurrahman, *Hukum Ekonomi Islam Sejarah, Teori dan Konsep*. Jakarta: Sinar Grafika, 2013.
- Huda, Qomarul, *Fiqih Muamalah*. Yogyakarta: Teras, 2011.
- Mardani, *Hukum Sistem Ekonomi Islam*. Depok: Rajawali Pers, 2017.
- Mustofa, Imam, *Fiqih Muamalah Kontemporer*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016.
- Nawawi, Islamil, *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2012.

- R Raco, *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, 2010.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Suhendi, Hendi, *Fiqih Muamalah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008.
- Suteki and Galang, *Metodologi Penelitian Hukum (Filsafat Teori dan Praktik),, Penelitian Kualitatif & Desain Riset : Memilih Di Antara Lima Pendekatan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2018.,
- Wakarmamu, Thobby, Thobby, *Metode Penelitian Kualitatif*. Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2022.

JURNAL ILMIAH

- Ardiansyah, Risnita, and M. Syahrani Jailani, “Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif,” *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, vol 1, no. 2 (2023): 4, <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>.
- Fauzan, Habibullah Nur dan Irvan Iswandi, Alfi Satria, “Tinjauan Hukum Islam dan Hukum Positif pada Praktik Jual Beli Online dengan Metode Kerjasama Dropship”, *Journal of Islamic Studies*, vol. 1, no. 1, 2023.

- Fitriana, Nur Indah, “Pelaksanaan Jual Beli antara Pelaku Usaha Utama dan Reseller dalam Sistem Transaksi Online di Reisa Garage”, Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga. Yogyakarta: 2017.
- Harlina, Yuni dan Hellen Lastfitriani, “Kajian Hukum Islam Tentang Wanprestasi (Ingkar Janji) pada Konsumen yang Tidak Menerima Sertifikat Kepemilikan Pembelian Rumah”, *Jurnal Hukum Islam*, vol. 17, no. 1, 2017.
- Khulwah, Juhrotul, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Jual Beli dropship”, Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga. Yogyakarta: 2013.
- Muhammad Rifa’i, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Kerja Sama Antara UD. Sumber Rejeki dengan Pemasok Kayu Gelondong (Studi di Desa Tegalombo Kecamatan Tegalombo Kabupaten Pacitan)”, Skripsi Fakultas Syariah IAIN Ponorogo, Ponorogo: 2019.
- Praningrum, Dyah Hapsari, “Telaah terhadap Esensi Subjek Hukum: Manusia dan Badan Hukum”, *Jurnal Ilmu Hukum*, vol. 8, no. 1, 2014.
- Safitri, Ika Aris Enda, “Analisis Hukum Islam terhadap

Pelaksanaan Perjanjian antara Franchisor (Pewaralaba) dan Franchise (Terwaralaba) (Studi Kasus pada Usaha ProoTea di Kota Kediri)”, Skripsi Fakultas Syariah IAIN Kediri. Kediri: 2022.

Setiawan, Deny, “Kerja Sama (*Syirkah*) dalam Ekonomi Islam”, *Jurnal Ekonomi*, vol. 21, no. 3, 2013.

Al-Qur'an Kementrian Agama RI, *Alquran dan Terjemahannya*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019

Sulaiman Ibn Asy'ats Ibn Syadad Ibn Amr Al-Azdy Abu Daud Al-Sijistaniy, Sunan Abu Daud, Hadist ke 2936.

LAMPIRAN

1. Daftar Pertanyaan

a. Wawancara *founder*

Daftar Pertanyaan :

- 1.) Bagaimana awal mula berdirinya Latisza Official?
- 2.) Mengapa memilih mengarahkan Latisza ke bisnis *online*?
- 3.) Sejak kapan latisza mulai beroperasi?
- 4.) Mengapa memilih menggunakan sistem kerja sama *levelling*?
- 5.) Pada perikatan kemitraan, apakah terdapat syarat-syarat yang ditentukan?
- 6.) Bagaimana prosedur perjanjian pada kerja sama dengan mitra?
- 7.) Bagaimana sistem kerja sama dengan mitra?
- 8.) Bagaimana teknis pelaksanaan kerja sama di Latisza?

b. Wawancara mitra

- 1.) Level kemitraan yang anda ikuti?
- 2.) Darimana anda mengetahui *brand* Latisza?
- 3.) Apa yang membuat anda tertarik untuk menjadi mitra usaha Latisza?
- 4.) Bagaimana tanggapan anda mengenai pemungutan biaya pendaftaran?
- 5.) Menurut anda, apakah penting diberlakukan surat perjanjian tertulis dalam kerja sama antara Latisza dengan mitra usaha?
- 6.) Apakah anda keberatan dengan target yang ditentukan?
- 7.) Alasan anda keberatan atau tidak keberatan dengan target yang ditentukan?

- 8.) Apakah anda rutin memenuhi target secara kontan dengan nominal yang telah disetujui diawal?
- 9.) Alasan anda memenuhi atau tidak memenuhi target secara kontan dengan nominal yang telah disetujui diawal?
- 10.) Dalam kerja sama ini, apakah anda pernah turun level kemitraan?

2. Dokumentasi

Lampiran 1: Wawancara dengan *founder* Latisza Official



Lampiran 2: Wawancara dengan admin Latisza Official



Lampiran 3: Wawancara dengan admin Latisza Official



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Devita Sabila Sani
Tempat tanggal lahir: Kudus, 17 November 2001
Alamat : Gondosari 007/002, Gebog, Kudus
Jenis Kelamin : Perempuan
Nomor Telp/Hp : 085701791815
E-mail : deviasabila01@gmail.com

Riwayat Pendidikan

- RA NU Banat Kudus (Lulus Tahun 2008)
- MI NU Banat Kudus (Lulus Tahun 2014)
- MTs NU Banat Kudus (Lulus Tahun 2017)
- MAN 2 Kudus (Lulus Tahun 2020)
- UIN Walisongo Semarang (Lulus Tahun 2024)

Demikian daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 26 September 2024



Devita Sabila Sani
NIM. 2002036002