

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Bisnis merupakan bagian dari kegiatan ekonomi dan memiliki peranan yang sangat vital untuk memenuhi kebutuhan manusia. Berbagai motif berbisnis dapat menjadi pendorong yang kuat dalam mempengaruhi kehidupan sosial masyarakat, baik di tingkat regional, nasional, ataupun internasional. Bisnis selalu berkaitan dengan membangun relasi dan kontrak antar individu ataupun golongan yang bermuara pada adanya kesepakatan antara kedua belah pihak. Rasulullah sangat memotivasi umatnya untuk berbisnis, karena berbisnis adalah cara yang paling cepat mendatangkan rezeki. Hal ini dibuktikan dengan adanya beberapa perintah untuk berbisnis dengan cara yang benar¹

Salah satu pola bisnis yang saat ini sangat marak dan berkembang adalah bisnis dengan sistem MLM (*Multilevel Marketing*) yang merupakan salah satu cabang dari *direct selling*. Bisnis MLM ini beroperasi tidak seperti mayoritas bisnis umumnya, karena kebanyakan konsumen menempatkan motif pembelian produk atau jasa yang ditawarkan di dalamnya, berdasarkan sugesti untuk memperoleh keuntungan yang tinggi di dalam dan di luar produk atau jasa yang dipakainya.² Bisnis MLM merupakan bisnis yang bergerak di sektor perdagangan barang dan/atau jasa yang menggunakan sistem MLM sebagai strateginya. Adapun sistem MLM itu sendiri adalah metode yang digunakan sebuah induk perusahaan dalam memasarkan produknya kepada konsumen melalui suatu jaringan orang-orang bisnis yang independen.

Di Indonesia, istilah *Multi Level Marketing (MLM)* dikenal pada awal tahun 1980an, dan pada tahun 1984 terdapat Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI) yang menjadi suatu organisasi yang merupakan wadah persatuan dan kesatuan tempat berhimpun para perusahaan penjualan langsung, termasuk

¹ Ika Yunia Fauzia, *Perilaku Bisnis dalam Jaringan Pemasaran: Studi Kasus Pemberian Kepercayaan dalam Bisnis Multilevel Marketing Syariah (MLMS) pada Herba al-Wahida (HPA) di Surabaya* (Surabaya: Disertasi UIN Sunan Ampel, 2011), 1. t.d

² Ika Yunia Fauzia, *Perilaku Bisnis*, 5.

perusahaan yang menjalankan penjualan dengan sistem berjenjang (*Multi Level Marketing*) di Indonesia.

Perkembangan bisnis *Multi Level Marketing* menjadi semakin pesat. Menurut laporan tabloid *Network Indonesia* dalam esisi Agustus 2001 terhitung ada sekitar 101 jenis bisnis *Multi Level Marketing* di Indonesia. Bisnis *Multi Level Marketing* terdiri dari beranekaragam, mulai dari produk, cara pemasaran, keuntungan yang ditawarkan kepada para membeinya, hingga status keanggotaan perusahaan tersebut, baik perusahaan resmi (*Multi Level Marketing asli*) maupun perusahaan ilegal yang mengaku sebagai *Multi Level Marketing*). Bahkan saat ini, di seluruh dunia, bisnis MLM telah mencapai jumlah sekitar 10.000-an, sementara di Indonesia mencapai jumlah 1.500-an. Berdasarkan informasi yang dapat diakses via internet, setiap hari muncul 10 orang miliuner baru karena mereka sukses menjalankan bisnis MLM. Data menunjukkan bahwa sekitar 50% penduduk Amerika Serikat kaya karena mereka sukses dari bisnis MLM, begitu pula di Malaysia. Kini, jumlah MLM di Malaysia telah mencapai sekitar 2.000-an dengan jumlah penduduk 20 jutaan. Sementara itu, tahun berikutnya diduga akan semakin banyak perusahaan MLM dari Malaysia dan negara lain akan masuk ke Indonesia.³

Bagi masyarakat Indonesia, terutama para pelaku bisnis, istilah *Multi Level Marketing* (MLM) tidak asing lagi karena banyak perusahaan yang memasarkan produknya melalui sistem MLM. Sampai sekarang sudah ada sekitar 200 perusahaan yang mengatasnamakan dirinya menggunakan sistem MLM. Sistem pemasaran melalui MLM menjadi menarik karena melibatkan masyarakat konsumen dalam kegiatan pemasaran produk, dan konsumen diiming-imingi, selain dapat menikmati manfaat produk, juga bisa memperoleh insentif atau hadiah-hadiah yang ditawarkan produsen, seperti haji dan umrah, perlindungan asuransi, tabungan hari tua dan lain sebagainya. Bagi produsen sendiri, melalui sistem MLM dapat melakukan efisiensi biaya distribusi produk sminimal mungkin atau bahkan bisa di tekan sampai ketitik nol. MLM juga menghilangkan

³ Veithzal Rivai dan Deddy Mulyadi, *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi Esisi Ketiga* (Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada, 2012), 298.

biaya promosi karena distribusi dan promosi ditangani langsung oleh distributor dengan sistem berjenjang (pelevelan).⁴

Jumlah bisnis *Multi Level Marketing* yang banyak ini akan mengakibatkan persaingan yang ketat dalam menggaet *member* barunya. Berbagai potensi dan keunggulan yang dimiliki akan dikerahkan semaksimal mungkin. Namun, hal yang masih menjadi perdebatan oleh banyak pihak sehingga menjadi topik yang sering diperbincangkan adalah mengenai halal haramnya bisnis MLM ini. Pasalnya seiring maraknya penjualan dengan model MLM, rupanya marak pula bisnis *money game* yang mengatasnamakan bisnis MLM.

Bisnis *money game* berkedok MLM telah muncul di Indonesia sejak tahun 1998 dan terus berkembang hingga saat ini, misalnya saja BMA (1998), New Era 21 (1999), Higam Net (1999), Promail (2000), Goldquest (2000), Probest International (2000), YAMI (2002), Golden Saving (2003), TV1 Express (2011) dan lain-lain. Dalam Islam sudah jelas menjual belikan barang yang tidak jelas keberadaannya dan bonus yang diberikan tidak jelas dikategorikan ribawi. Allah SWT berfirman dalam Q.S. Al-Baqarah ayat 275 berikut:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ
 قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلَ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ
 مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu {sebelum datang larangan}; a'annya diserahkan kepada Allah. Orang yang mengulangi (mengambil riba), maka arang itu adalah penghuni penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya (QS Al-Baqarah :275).⁵

⁴ Mohamad Bahrudin, "Multi Level Marketing (MLM) Dalam Perspektif Hukum Islam". (*Jurnal ASAS, Vol.3, No.1, Januari 2011: 65-79*), 69.

⁵ Aam Amiruddin, "Al-Quran Terjemah, Al-Mu'asir Kontemporer", (Bandung: Khazanah Intelektual, 2015), 63.

Masyarakat yang menjadi korban akibat dari praktik-praktik ilegal tersebut diperkirakan sudah mencapai puluhan ribu jiwa dengan total kerugian mencapai puluhan triliun rupiah. Para korban maupun masyarakat yang hanya mengetahui berita-berita terungkapnya kasus penipuan berkedok MLM melalui media massa umumnya tidak mengetahui perbedaan antara bisnis MLM dengan bisnis berkedok MLM, sehingga cenderung menyamaratakan keduanya. Bahkan, kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai karakteristik bisnis MLM murni telah dimanfaatkan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab demi memperkaya diri sendiri. Keadaan ini berlangsung selama puluhan tahun di Indonesia, sehingga menghilangkan legalitas bisnis MLM dalam pemahaman masyarakat.⁶

Maraknya bisnis *money game* berkedok MLM juga telah berpengaruh buruk bagi citra industri bisnis MLM murni. Tidak sedikit masyarakat yang sangat anti jika mendengar istilah MLM, meskipun tidak dapat dipungkiri ada beberapa usaha MLM yang diakui keabsahannya. Beberapa usaha MLM yang dikenal baik seperti Tuperware, CNI, Amway, , Sophie Martin, Prime and First New, Herbalife dan lain-lain diyakini sebagai bisnis yang legal karena usahanya telah berlangsung selama bertahun-tahun dan produk-produknya-pun memang sangat diterima di masyarakat. Namun demikian, citra bisnis yang telah dibangun dengan bersusah payah selama bertahun-tahun tersebut dapat saja menurun dalam waktu singkat akibat ulah praktik-praktik ilegal yang mengatasnamakan MLM sebagai kedok usahanya.⁷

Sulitnya membedakan antara MLM dengan *money game*, akibatnya MLM sering mendapat citra buruk di mata masyarakat hingga masyarakat mulai memandang apriori terhadap bisnis MLM. Oleh sebab itu, banyak perusahaan yang menggunakan istilah-istilah baru, seperti affiliate marketing atau homebased business franchising. Bahkan bisnis network marketing sendiri sering menyatakan bahwa mereka tidak sama dengan MLM. Masalahnya banyak bisnis dengan

⁶ Edy Zaques, *Mengapa Orang 'Mau Jadi Korban Money Game atau Skema Piramid NFO APLI Esisi XXXIV* (Jakarta: NFO APLI, 2006), 11.

⁷ <http://bravo9682.wordpress.com/category/mlm/page/3/>, diakses tanggal 01 Maret 2018.

skema piramida (*money game*) berusaha mendapatkan legitimasi ibaratnya bisnis MLM.⁸

Bisnis MLM dalam Islam sering terjadi kontroversi dan juga tidak ada hukum yang pasti menjelaskan tentang bisnis MLM, apakah diperbolehkan atau tidak. Mensikapi permasalahan dalam bisnis MLM ini, MUI melalui Dewan Fatwa Nasional mengeluarkan fatwa no 75/DSN MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). Dalam fatwa tersebut dicantumkan beberapa hal yaitu:

- 1) Pertimbangan: yang menjadi bahan pertimbangan dasar bagi fatwa ini adalah telah merebaknya praktik penjualan barang dan jasa dengan sistem MLM yang berpotensi merugikan masyarakat serta ketidak pastian pelaksanaannya, apakah sudah sesuai dengan prinsip syariah ataukah belum, sehingga DSN MUI melihat perlunya fatwa mengenai MLM atau PLBS.
- 2) Dasar hukum: dasar hukum yang dipakai dalam fatwa tersebut adalah beberapa Al-Quran, hadits dan kaidah fiqh. Untuk ayat Al-Quran yang menjadi dasar hukumnya adalah:

Q.S. An-Nisa: 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

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 di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu (Q.S. An-Nisa: 29).⁹

Q.S. Al-Maidah : 1

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتَىٰ عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ ﴿١﴾

⁸ Robert Tampubolon, *Sinergi 9 Kekuatan MLM Support System dan Koperasi* (Jakarta: Gramedia, 2007), 22.

⁹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Semarang: PT. Karya Toha Putra, 2001), 107.

Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (Yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya (Q.S. Al-Maidah : 1).¹⁰

Q.S. Al-Maidah: 2.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَحِلُّوا شَعْبِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا
ءَامِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا
يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ
وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi'ar-syi'ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari kurnia dan keridhaan dari Tuhannya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, maka bolehlah berburu. Dan janganlah sekali-kali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya (Q.S. Al-Maidah: 2).¹¹

Q.S. Al-Muthaffifiin: 1-3

وَيَلِّ لِلْمُظْفَفِينَ ① الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ② وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَّزَنُوهُمْ
يُخْسِرُونَ ③

1) Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang; 2) (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi; 3) dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi (Q.S. Al-Muthaffifiin: 1-3).¹²

¹⁰ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, 141.

¹¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, 141.

¹² Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, 878

Q.S. Al-Baqarah: 198

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ فَإِذَا أَفَضْتُمْ مِّنْ عَرَفَاتٍ فَاذْكُرُوا اللَّهَ
عِنْدَ الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ وَاذْكُرُوهُ كَمَا هَدَيْتُمْ وَإِنْ كُنْتُمْ مِنْ قَبْلِهِ لَمَنِ الضَّالِّينَ ﴿١٩٨﴾

Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki hasil perniagaan) dari Tuhanmu. Maka apabila kamu telah bertolak dari 'Arafat, berdzikirlah kepada Allah di Masy'arilharam. Dan berdzikirlah (dengan menyebut) Allah sebagaimana yang ditunjukkan-Nya kepadamu; dan sesungguhnya kamu sebelum itu benar-benar termasuk orang-orang yang sesat (Q.S. Al-Baqarah: 198).¹³

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 ﴿٢٧٥﴾

Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya (Q.S. Al-Baqarah: 275).¹⁴

Selain dasar hukum dari Al-Qur'an, ada beberapa hadits yang menjadi dasar hukum dalam fatwa tersebut, intisari dari hadits-hadits yang menjadi dasar hukum fatwa tersebut berisi: kewajiban seorang muslim untuk memenuhi kontrak/akad yang sudah disepakati bersama, bolehnya melakukan syirkah atau kerjasama, larangan berbuat zhalim, larangan berbuat bahaya, larangan khianat, larangan jual beli yang mengandung unsur *gharar* (ketidakjelasan), larangan menipu dan

¹³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, 38.

¹⁴ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, 58.

larangan risywah. Selain beberapa hal tersebut, hadits yang juga menjadi dasar hukum fatwa tersebut adalah hadits yang melarang jual beli anjing, *khamr*, bangkai, dan patung serta jasa pelacuran. Hadits-hadits ini dimaksudkan sebagai adanya larangan menjual belikan produk atau jasa yang haram, dalam praktik MLM maksudnya adalah bahwa komoditas yang dijual melalui MLM harus merupakan produk barang atau jasa yang halal. *Istidlal* atau penggunaan hadits-hadits tersebut dalam fatwa ini diarahkan bahwa MLM tidak boleh mengandung unsur *dzulm*, *gharar*, *dzarar*, *khianat*, *risywah*, penipuan dan mengambil hak orang lain serta tidak menjual barang atau jasa yang diharamkan.

Akhir-akhir ini muncul modus memberi label “Syari’ah” pada perusahaan dan bisnis termasuk pada bisnis *Multi Level Marketing* yang tidak sesuai dengan fatwah Dewan Syariah Nasional MUI hal ini terjadi pada perusahaan Tiens. Kemudian banyak juga perusahaan yang bergerak pada *multi level marketing* syariah hanya memperhatikan keuntungan semata tanpa memperhatikan tujuan akhir dari didirikannya hukum ekonomi syariah yaitu al-falah (kebahagiaan dunia dan akhirat/ mahslahat) dari produk/ jasa, perkumpulan orang, dan bonus yang diberikan.

Berdasarkan studi pendahuluan yang penulis lakukan, bahwa terdapat beberapa perusahaan MLM yang memperoleh label atau sertifikat MLM syari’ah yaitu multi level marketing perusahaan Tiens. Pada 14 Januari 2013 lalu TIENS Indonesia memperoleh Sertifikat Syariah dari Majelis Ulama Indonesia (MUI). Sertifikat ini diserahkan oleh Kiyai Haji DR. Ma'ruf Amin selaku Ketua Dewan Syariah Nasional (DSN) Majelis Ulama Indonesia kepada Mr. Li Jin Yuan, Chairman Tiens Group Co. Ltd, melalui sebuah seremoni khusus yang bertempat di Auditorium Gedung Majelis Ulama Indonesia, Jakarta.¹⁵ Sertifikat Syariah tersebut diberikan setelah keluar rekomendasi dari DSN MUI atas pembukaan Unit Usaha Tiens Syariah Indonesia setelah melalui evaluasi dan kajian yang intensif terhadap keseluruhan aspek bisnis dan operasional manajemen perusahaan yang bernaung di bawah nama PT Singa Langit Jaya. Hal ini menandakan Tiens

¹⁵ Tim Tianshi, *Artikel informasi syariah tiens idonesia, edisi 2013*

Indonesia telah memenuhi persyaratan pembuatan Unit Usaha Syariah sebagaimana tertuang dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 75/DSN/ MUI/ VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS), dimana terdapat 12 poin ketentuan hukum yang harus dipenuhi.

Usai serah terima Sertifikat Syariah, Manajemen TIENS dan MUI menggelar konferensi pers di hadapan puluhan wartawan dari berbagai media massa cetak maupun elektronik. Narasumbernya adalah Drs. Ichwan Sam (Sekjen MUI), KH DR. Ma'ruf Amin (Ketua DSN MUI), Ir. Lukmanul Hakim Direktur LPPOM dan Mr. Li Jinyuan (Chairman TIENS Group). Acara yang dimoderatori oleh Yulizar Jamaludin Sanrego, MA (anggota kelompok kerja bisnis dan asuransi DSN MUI). "Tidak banyak perusahaan yang memiliki Unit Usaha Syariah, terlebih perusahaan yang bergerak di bidang Multi Level Marketing (MLM). Hal ini menandakan bahwa produk-produk Tiens Halal dan dari segi bisnis pun telah sesuai dengan aturan-aturan Syariah," kata KH DR. Ma'ruf Amin, Ketua Dewan Syariah Nasional.

Permasalahannya kemudian adalah, benarkah bawa perusahaan yang mengusung sistem MLM dengan berlabel syari'ah itu benar-benar telah memenuhi standar syari'ah dan apa sejatinya parameter kesyariahan MLM tersebut ?. Berlandaskan latar belakang di atas, penulis merasa penting melakukan sebuah penelitian. Pada kesempatan ini penulis mencoba meneliti mengenai **“Eksistensi dan Relevansi Multi Level Markering Syariah dengan Hukum Ekonomi Islam (Studi Kasus Perusahaan Multi Level Markering Tiens Syariah Purwakarta).**

B. Perumusan Masalah Penelitian

Secara umum penelitian ini mengangkat fokus masalah mengenai relevansi sistem penjualan multi level marketing pada perusahaan Tiense dengan fatwa DSN-MUI No.75/DSN MUI/VII/2009. Berdasarkan fokus penelitian diatas, maka penulis merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana eksistensi perusahaan Multi Level Markering Tiens Syariah Purwakarta?
2. Apakah jenis akad yang dilaksanakan oleh perusahaan Multi Level Markering Tiens Syariah Purwakarta?
3. Bagaimana relevansi sistem penjualan multi level marketing Tiens dengan fatwa DSN-MUI no. 75/DSN-MUI/VII/2009?
4. Bagaimana tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap perusahaan Multi Level Markering Tiens Syariah Purwakarta?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah penelitian di atas, penelitian ini bertujuan sebagai berikut :

1. Mengetahui eksistensi perusahaan Multi Level Markering Tiens Syariah Purwakarta.
2. Menganalisis jenis akad yang dilaksanakan oleh perusahaan Multi Level Markering Tiens Syariah Purwakarta.
3. Mengkaji relevansi sistem penjualan multi level marketing Tiens dengan fatwa DSN-MUI no. 75/DSN-MUI/VII/2009.
4. Menganalisis tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap perusahaan Multi Level Markering Tiens Syariah Purwakarta

D. Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada berbagai pihak, yaitu :

1. Bagi akademisi, agar dapat menambah wacana baru dalam bidang bisnis Penjualan Langsung Berjenjang dalam perspektif hukum ekonomi syariah.
2. Bagi praktisi, pemerintah, maupun masyarakat pelaku usaha penjualan langsung berjenjang di perusahaan Tiens, hasil dari penelitian ini dapat memberikan masukan dan pertimbangan dalam merumuskan berbagai

kebijakan yang ditujukan dalam pelaksanaan transaksi penjualan langsung berjenjang di masyarakat.

E. Kerangka Pemikiran

Dewasa ini kegiatan ekonomi terus mengalami kemajuan dan perkembangan. Seperti dalam hal pemasaran perusahaan dalam menjual produk dan jasanya. Sistem yang dipergunakan perusahaan pun berbeda-beda, ada sistem pemasaran dengan satu jenjang (*single level marketing*) dan ada pula sistem pemasaran dengan berjenjang (*multi level marketing*).

Sistem pemasaran dengan *Multi Level Marketing* atau biasa disingkat MLM yang juga disebut dengan istilah *network marketing* merupakan salah satu bisnis jaringan yang cukup familiar di masyarakat Indonesia dan mulai marak sejak awal krisis moneter 1997/1998 hingga saat ini. Hadirnya era reformasi yang antara lain ditandai dengan kebebasan berekspresi dan liberalisasi perdagangan turut memberi andil maraknya bisnis MLM di tanah air. *Multi level marketing* (MLM) adalah salah satu bentuk bisnis yang saat ini semakin marak jumlahnya baik dari sisi berdirinya badan usahanya maupun jumlah pelaku usahanya, MLM merupakan salah satu cabang dari *direct selling* (penjualan langsung) di mana melakukan penjualan barang atau jasa tertentu kepada para konsumen melalui jaringan bisnis yang telah dibentuk oleh para distributor, dengan cara tatap muka dan memasarkan secara langsung,¹⁶

Bisnis penjualan langsung ini juga mengandalkan kekuatan distributor (pelaku bisnis MLM) sebagai ujung tombak dalam tercapainya kesuksesan dan sebagai fondasi dalam membangun jaringan bisnis, di mana seorang distributor menjual atau memasarkan langsung suatu produk baik berupa barang atau jasa kepada konsumen tidak melalui perantara seperti toko, swalayan, kedai, maupun apotek sehingga biaya distribusi dari produk yang dijual tersebut sangat minim

¹⁶ Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, 16

bahkan bias sampai pada titik nol yang artinya dalam bisnis MLM tidak diperlukan biaya distribusi seperti layaknya penjualan pada umumnya.¹⁷

Mekanisme operasional pada MLM ini adalah seorang distributor dapat mengajak orang lain untuk ikut bergabung sebagai distributor, kemudian orang tersebut dapat kembali mengajak orang lain pula untuk bergabung, begitu seterusnya hingga membentuk suatu jaringan yang banyak dalam memasarkan produk. Inilah salah satu perbedaan MLM dengan pendistribusian secara konvensional yang bersifat *single level*.¹⁸

Belakangan ini semakin banyak muncul perusahaan-perusahaan yang menjual produknya melalui sistem Multi Level Marketing (MLM). Menurut perkiraan Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI), terdapat sekitar enam ratus perusahaan yang berkecimpung dalam industri MLM. Namun, menurut data APLI (Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia) sampai pada tahun 2016 di Indonesia telah terdaftar 97 perusahaan menjadi anggota APLI.¹⁹

Jumlah bisnis *Multi Level Marketing* yang banyak ini akan mengakibatkan persaingan yang ketat dalam menggaet *member* barunya. Berbagai potensi dan keunggulan yang dimiliki akan dikerahkan semaksimal mungkin. Namun, hal yang masih menjadi perdebatan oleh banyak pihak sehingga menjadi topik yang sering diperbincangkan adalah mengenai halal haramnya bisnis MLM ini. Pasalnya seiring maraknya penjualan dengan model MLM, rupanya marak pula bisnis *money game* yang mengatasnamakan bisnis MLM. Dalam Islam sudah jelas menjual belikan barang yang tidak jelas keberadaannya dan bonus yang diberikan tidak jelas dikategorikan ribawi. Allah SWT berfirman dalam Q.S. Al-Baqarah ayat 275 berikut:

¹⁷ Andreas Harefa, *10 Kiat Sukses Distributor MLM, Belajar dari AMWAY, CNI dan Herbalife* (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 1999), 12.

¹⁸ Tarmizi Yusuf, *Strategi MLM Secara Cerdas dan Halal* (Jakarta : PT. Gramedia, 2004), 8.

¹⁹ http://www.apli.or.id/list_anggota.php? (Diakses 28 Juni 2018 Pukul 20.30.)

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ 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 فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu {sebelum datang larangan}; dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang mengulangi (mengambil riba), maka arang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya (QS Al-Baqarah :275).²⁰

Perkembangan bisnis MLM saat ini diramalkan pula oleh hadirnya MLM berlabel syariah. Keberadaan MLM Syariah di tanah air menjadi penting artinya, mengingat mayoritas jumlah penduduk Negara kita adalah muslim. MLM Syariah adalah wajah baru yang muncul dari pesatnya perkembangan bisnis penjualan langsung berjenjang dalam bentuk MLM. Keberadaan MLM Syariah menjadi penting, mengingat mayoritas jumlah penduduk Negara Indonesia sebagian besar mayoritas beragama Islam. Di mana bagi kalangan Muslim, dalam menjalankan bisnis idealnya harus sesuai dan menerapkan prinsip-prinsip Syariah serta tidak bertentangan dengan nilai-nilai dan norma-norma agama, sehingga jelas status hukum dan kehalalannya. Karena itu, perlu dibahas hukumnya menurut syari'ah Islam. Kajian ini dianggap semakin penting setelah lahirnya perusahaan MLM yang menamakan perusahaannya dengan label syariah. Bisnis MLM dalam Islam sering terjadi kontroversi dan juga tidak ada hukum yang pasti menjelaskan tentang bisnis MLM, apakah diperbolehkan atau tidak. Mensikapi permasalahan dalam bisnis MLM ini, MUI melalui Dewan Fatwa Nasional mengeluarkan fatwa no 75/DSN MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) atau at-Taswiq asy-Syabakiy.

Sampai dengan tahun 2012 telah tercatat pada APLI (Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia) lebih dari 80 perusahaan yang telah berdiri dan bergerak

²⁰ Aam Amiruddin, "Al-Quran Terjemah, Al-Mu'asir Kontemporer", (Bandung: Khazanah Intelektual, 2015), 63.

pada bisnis MLM, dan dari sekian banyak lembaga bisnis MLM hanya 6 yang telah resmi mendapatkan sertifikasi Syariah oleh Dewan Syariah Nasional dan Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) termuat dalam fatwa DSN No: 75/DSNMUI/VII/2009 Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).²¹

Tianshi adalah lembaga bisnis MLM yang kian menunjukkan eksistensinya dalam pertumbuhan dan perkembangan bisnis berbentuk dan berbadan hukum MLM saat ini. Ke-tiga bisnis MLM ini telah diakui legalitasnya sebagai MLM Syariah, tidak jauh berbeda dengan bentuk bisnis MLM Syariah lainnya, bergerak sama dalam membangun jaringan (network) yakni melalui bisnis penjualan langsung (*direct selling*) kepada para konsumen dengan menerapkan sistem yang sesuai dengan ketentuan-ketentuan Syariah.

Permasalahan yang paling inti terjadi dilapangan adalah kurangnya pemahaman masyarakat terhadap aturan-aturan syariah dalam menjalankan bisnis penjualan langsung berjenjang syariah (PLBS) atau *multi level marketing syariah*. Kemudian banyak juga perusahaan yang bergerak pada *multi level marketing syariah* hanya memperhatikan keuntungan semata tanpa memperhatikan tujuan akhir dari didirikannya hukum ekonomi syariah yaitu al-falah (kebahagiaan dunia dan akhirat/ mahslahat) dari produk/ jasa, perkumpulan orang, dan bonus yang diberikan. Permasalahannya kemudian adalah, benarkah bawa perusahaan yang mengusung sistem MLM dengan berlabel syari'ah itu benar-benar telah memenuhi standar syari'ah dan apa sejatinya parameter kesyariahan MLM tersebut ?. Untuk itu perlu dan penting dilakukan sebuah kajian yang mendalam mengenai "Eksistensi dan Relevansi Multi Level Markering Syariah Dengan Hukum Ekonomi Islam (Studi Kasus Perusahaan Multi Level Markering Tiens Syariah Purwakarta).

²¹ MUI (Majelis Ulama Indonesia), Draft Fatwa MUI Syariah No : 75/DSN MUI/VII/2009.

F. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Metode Penelitian

Pendekatan dalam sebuah penelitian terdiri dari tiga macam yaitu pendekatan penelitian secara kuantitatif, pendekatan penelitian secara kualitatif, dan pendekatan penelitian campuran atau mix. Pendekatan penelitian secara kualitatif adalah pendekatan yang peneliti gunakan dalam penyusunan penelitian ini. Menurut Sugiyono penelitian kualitatif adalah:

“Penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive dan snowball*, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.”²²

Menurut Sugiyono filsafat postpositivisme sering juga disebut sebagai paradigma interpretif dan konstruktif, yang memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang holistik/utuh, kompleks, dinamis, penuh makna, dan hubungan gejala yang bersifat interaktif (reciprocal). Penelitian dilakukan pada objek yang alamiah. Objek yang alamiah adalah objek yang berkembang apa adanya, tidak dimanipulasi oleh penelitian dan kehadiran penelitian tidak begitu mempengaruhi dinamika pada objek tersebut.

Dalam penelitian kualitatif instrumennya adalah orang atau human instrument, yaitu peneliti itu sendiri. Untuk dapat menjadi instrumen, maka peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas, sehingga mampu bertanya, menganalisis, memotret, dan mengkonstruksi situasi sosial yang diteliti menjadi lebih jelas dan bermakna.²³ Pendekatan kualitatif ini bertujuan untuk menggali dan membangun suatu proposisi atau menjelaskan makna di balik realita.²⁴

²² Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2009), 15.

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, 14.

²⁴ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2001), 124.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analitik dengan variasi studi kasus. Metode deskriptif analitik merupakan metode penelitian yang menekankan pada usaha memperoleh informasi, mengetahui status atau gejala pada saat penelitian, memberikan gambaran terhadap fenomena-fenomena, juga lebih jauh menerangkan hubungan, serta menarik makna dari suatu masalah yang dipecahkan.²⁵

Beberapa metode deskriptif yang sering dipakai adalah teknik survey, studi kasus, dan komparatif. Penelitian ini menggunakan jenis metode studi kasus yang memusatkan perhatian pada suatu kasus secara intensif dan mendetail.²⁶ Kasus atau permasalahan yang diteliti yaitu mengenai eksistensi ddn relevansi multi level marketing syariah dengan hukum ekonomi Islam (studi kasus perusahaan multi level marketing Tiens Syariah purwakarta).

2. Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah subjek di mana data atau informasi diperoleh.²⁷ Data adalah segala fakta atau angka yang dapat dijadikan bahan untuk menyusun suatu informasi.²⁸ Sumber data dalam penelitian adalah subjek darimana data dapat diperoleh.²⁹ Menurut Lofland sebagaimana yang dikutip oleh Lexy J. Moleong, menyatakan bahwa sumber data yang utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumentasi dan lain-lain.³⁰ Sumber data dalam penelitian dikelompokkan menjadi dua macam, yaitu:

²⁵ Abidinsyah dan Dasim Budimansyah, "Internalisasi Nilai Peduli Lingkungan Melalui Pembelajaran Berbasis Kearifan Lokal (studi di SD Negeri Antasan Besar 7 Banjarmasin)" (*Jurnal Integritas Penelitian Pendidikan Karakter Vol.1 No.1 Desember 2012: 1-18*), 7.

²⁶ W. Surakhmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah: Dasar Metode Teknik*, (Bandung: Tarsito, 1990), 143.

²⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur penelitian Suatu Pendekatan praktik* (Jakarta: Rhineka Cipta, 2009), 75.

²⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur penelitian*, 161.

²⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur penelitian*, 129

³⁰ Lexy.J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda karya, 2012), 157.

1) Sumber Data Primer

Data Primer adalah data yang langsung dikumpulkan oleh orang yang berkepentingan atau yang memakai kuesioner atau instrument penelitian merupakan contoh dari data primer. Menurut Nasution sumber dari primer adalah “data yang langsung diperoleh sumbernya”.³¹ Dalam penelitian ini sumber data primer adalah subjek pelaku *multi level marketing*.

2) Sumber Data Sekunder

Data sekunder juga dapat diartikan data yang tidak secara langsung dikumpulkan oleh orang yang berkepentingan dengan data tersebut.³² Adapun sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah bahan tertulis atau kepustakaan, yakni buku-buku, arsip, artikel, jurnal ilmiah, ensiklopedi dan terbitan ilmiah yang membahas masalah-masalah yang relevan dengan penelitian ini. Diantara data sekunder tersebut adalah fatwa DSN-MUI No.75/DSN MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS), buku panduan bisnis MLM, jurnal ilmiah mengenai MLM syariah, dan sebagainya.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara. Bila dilihat dari *setting*-nya, data laboratorium dengan metode eksperimen, di rumah dengan berbagai responden, pada suatu seminar, diskusi, di jalan dan lain-lain.

Bila di lihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer, dan sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

³¹ Nasution, *Metode Research*, (Jakarta Bumi Aksara, 2001), hlm. 143

³² Nasution, *Metode Research*, (Jakarta Bumi Aksara, 2001), hlm. 143

Sedangkan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Selanjutnya bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi (pengamatan) interview (wawancara) dan dokumentasi.

a. Observasi/pengamatan

Pada penelitian ini, peneliti terjun langsung untuk mengamati peristiwa serta mengambil dokumentasi aktivitas yang terkait dengan MLM yang diteliti (Tiense syariah). Observasi yang peneliti lakukan adalah observasi langsung yaitu dengan mengadakan pengamatan aktivitas kegiatan MLM, sehingga akan mendapatkan data secara nyata dan menguatkan data yang diperoleh. Dengan metode observasi ini, peneliti membaur dengan aktivitas yang ada di MLM tersebut untuk mengetahui lebih detail dan secara langsung aktivitas bisnis yang berlangsung pada MLM. Pengambilan data melalui metode observasi ini menggunakan panduan observasi agar pengambilan data tepat sasaran dan terfokus pada kajian penelitian.

b. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self-report*, atau setidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi. Dalam penelitian kualitatif, sering menggabungkan teknik observasi partisipatif dengan wawancara mendalam. Selama melakukan observasi, peneliti juga melakukan interview kepada orang-orang ada di dalamnya.³³

Wawancara pada penelitian kualitatif memiliki sedikit perbedaan dibandingkan dengan wawancara lainnya, seperti wawancara pada penerimaan

³³ Sugiyono, *Memahami Penelitian.*, 72.

pegawai baru dan penerimaan mahasiswa baru. Wawancara pada penelitian kualitatif merupakan pembicaraan yang mempunyai tujuan dan didahului beberapa pertanyaan informal. Wawancara penelitian lebih dari sekedar percakapan dan berkisar dari informal ke formal. Walaupun semua percakapan mempunyai aturan peralihan tertentu atau kendali oleh satu atau informan lainnya, aturan pada wawancara penelitian lebih ketat. Tidak seperti pada percakapan biasa, wawancara penelitian ditujukan untuk mendapatkan informasi dari satu sisi saja sehingga hubungan asimetris harus tampak. Peneliti cenderung mengarahkan wawancara pada penemuan perasaan, persepsi, dan pemikiran informan,³⁴

Wawancara mendalam merupakan suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan dengan maksud mendapatkan gambaran lengkap tentang topik yang diteliti. Wawancara ini dilakukan secara intensif dan berulang-ulang sehingga diperoleh percakapan yang mendalam untuk mendalami pengalaman dan makna dari pengalaman itu. Oleh karena itu sebelum wawancara peneliti menyiapkan dulu siapa yang akan diwawancarai dan menyiapkan materi wawancara berupa beberapa pertanyaan. Pihak yang diwawancarai antara lain *Leader*, dan anggota/distributor MLM.

c. Dokumentasi

Dokumen adalah setiap bahan tertulis atau film. Dokumen dijadikan sebagai sumber data yang berfungsi untuk menguji, menafsirkan, bahkan untuk meramalkan.³⁵ Renier menjelaskan istilah dokumen dalam tiga pengertian (1) dalam arti sempit, yaitu yang meliputi semua sumber, baik sumber tertulis maupun sumber lisan (2) dalam arti sempit, yaitu yang meliputi semua sumber tertulis saja (3) dalam arti spesifik, yaitu hanya yang meliputi surat-surat resmi dan surat-surat negara, seperti surat perjanjian, undang-undang, konsesi, hibah dan sebagainya.

³⁴ Sugiyono, *Memahami Penelitian.*, 72.

³⁵ Lexy.J.Meleong, *Metodologi Penelitian*, 161.

Sementara itu, Guba & Lincoln menjelaskan istilah dokumen yang dibedakan dengan record. Definisi record adalah setiap pernyataan tertulis yang disusun oleh seseorang atau lembaga untuk keperluan pengujian suatu peristiwa atau menyajikan akunting. Selain itu, dokumen adalah setiap bahan tertulis ataupun film, lain dari record, yang tidak dipersiapkan karena adanya permintaan seorang penyidik.³⁶

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (life histories), ceritera, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk gambar, patung, film, dan lain-lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Dalam hal dokumen Bogdan menyatakan "*in most tradition of qualitative research, the phrase personal document is used broadly to refer to any first person narrative produced by an individual which describes his or her own actions, experience and belief*".³⁷

Di dalam penelitian ini dokumentasi yang digunakan adalah panduan bisnis MLM (Tiense Syariah) dan fatwa DSN-MUI No.75/DSN MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).

4. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceriterakan kepada orang lain.³⁸ Sedangkan menurut Sugiyono menyebutkan bahwa analisis data adalah:

³⁶ Lexy.J.Meleong, *Metodologi Penelitian*, 161.

³⁷ Sugiyono, *Memahami Penelitian*, 82.

³⁸ Moleong,L.J., *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya), 248.

Proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganissikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.³⁹

Analisis data pada penelitian kualitatif itu didasarkan pada data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan pola hubungan tertentu atau menjadi hipotesis. Berdasarkan hipotesis yang dirumuskan berdasarkan data tersebut, selanjutnya dicarikan data lagi secara berulang-ulang sehingga selanjutnya dapat disimpulkan apakah hipotesis tersebut diterima atau ditolak berdasarkan data yang terkumpul. Bila berdasarkan data yang dapat dikumpulkan secara berulang-ulang dengan teknik triangulasi, ternyata hipotesis diterima, maka hipotesis tersebut berkembang menjadi teori. Maka dari itu, penelitian kualitatif itu bersifat induktif.

Setelah semua terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah melakukan analisis data. Dalam tesis ini penulis menggunakan deskriptif-analitis, yakni suatu penelitian yang bertujuan untuk menyorot objek penelitian secara utuh kemudian ditarik suatu generalisasi.⁴⁰ Selanjutnya menurut Janice McDrury dalam Moleong menjelaskan bahwa tahapan analisis data kualitatif adalah sebagai berikut.

- a) Membaca/ mempelajari data, menandai kata-kata kunci dan gagasan yang ada didalam data;
- b) Mempelajari kata-kata kunci itu, berupaya menemukan tema-tema yang berasal dari data;
- c) Menuliskan model yang ditemukan;
- d) Koding yang telah dilakukan.⁴¹

Proses analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Miles and Huberman dalam Sugiyono membagi proses analisis

³⁹ Sugiyono, *metode Penelitan Pendidikan*, 35.

⁴⁰ Soejono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum* (Jakarta: Universitas Indonesia U.I. Press, 1986), 250.

⁴¹ Moleong, L.J., *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya), 248.

data menjadi tiga bagian, yaitu reduksi data, display data, dan kesimpulan atau verifikasi.⁴²

(1) Reduksi Data.

Reduksi data merupakan proses berfikir sensitif yang memerlukan kecerdasan dan keluasan dan kedalaman wawasan yang tinggi. Bagi peneliti yang masih baru, dalam melakukan reduksi data dapat mendiskusikan pada teman atau orang lain yang dipandang ahli. Melalui diskusi itu, maka wawasan penelitian akan berkembang, sehingga dapat mereduksi data-data yang memiliki nilai temuan dan pengembangan teori yang signifikan. Reduksi data yang peneliti lakukan dalam penelitian ini adalah dengan cara melakukan diskusi dengan orang-orang yang peneliti anggap mampu memberikan masukan kepada peneliti. Dari hasil diskusi tersebut, peneliti mampu untuk mereduksikan data-data dari hasil penelitian.⁴³

(2) Display data (Penyajian Data).

Setelah data direduksi maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Penyajian data dalam penelitian kualitatif bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya.⁴⁴

Penyajian data dalam penelitian ini adalah dengan cara mendeskripsikan hasil analisa penulis mengenai pembinaan kompetensi guru melalui supervisi akademik kepala madrasah.

(3) Kesimpulan atau verifikasi.

Langkah terakhir dalam proses analisis data dalam penelitian kualitatif adalah menarik kesimpulan dari berbagai permasalahan yang diteliti. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif yang diharapkan adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada.⁴⁵ Dalam penelitian ini, peneliti melakukan kesimpulan atau verifikasi data hasil penelitian setelah peneliti selesai melakukan semua proses penelitian. Bentuk kesimpulan atau verifikasi yang penulis lakukan

⁴² Sugiyono, *metode Penelitian Pendidikan*, 337.

⁴³ Sugiyono, *metode Penelitian Pendidikan*, 339

⁴⁴ Sugiyono, *metode Penelitian Pendidikan*, 341

⁴⁵ Sugiyono, *metode Penelitian Pendidikan*, 345

adalah dengan cara menarik kesimpulan dari semua permasalahan yang peneliti teliti selama proses penelitian.

Analisis Data Kualitatif menurut Seiddel dalam Moleong prosesnya berjalan sebagai berikut:

1. Mencatat yang menghasilkan catatan lapangan, dengan hal itu diberi kode agar sumber datanya tetap dapat ditelusuri.
2. Mengumpulkan, memilah-milah, mengklasifikasikan, mensistesisikan, membuat ikhtisar dan membuat indeksinya.
3. Berpikir, dengan jalan membuat agar kategori data itu mempunyai makna, mencari dan menemukan pola dan hubungan-hubungan, dan membuat temuan-temuan umum.⁴⁶

5. Pengujian Keabsahan Data

Selain menganalisis data, peneliti juga harus menguji keabsahan data agar memperoleh data yang valid. Untuk menetapkan keabsahan data tersebut diperlukan tehnik pemeriksaan. Adapun tehnik yang digunakan dalam pemeriksaan keabsahan data adalah sebagai berikut:⁴⁷

(a) Perpanjangan Keikutsertaan.

Peneliti dalam penelitian kualitatif adalah instrumen itu sendiri. Keikutsertaan peneliti sangat menentukan dalam pengumpulan data. Keikutsertaan tersebut tidak hanya dilakukan dalam waktu singkat, tetapi memerlukan perpanjangan keikutsertaan pada latar penelitian. Perpanjangan keikutsertaan berarti peneliti dalam melakukan pengumpulan data hingga tercapai kesimpulan. Perpanjangan keikutsertaan peneliti akan memungkinkan peningkatan derajat kepercayaan data yang dikumpulkan.

(b) Ketekunan Pengamatan.

Yakni mencari secara konsisten interpretasi dengan berbagai cara dalam kaitan dengan proses analisis yang konstan atau tentatif. Mencari suatu usaha

⁴⁶ Moleong, L.J., *Metode Penelitian Kualitatif*..., 248

⁴⁷ Sugiyono, *metode Penelitian Pendidikan* 327-329.

membatasi berbagai pengaruh. Mencari apa yang dapat diperhitungkan dan apa yang tidak dapat diperhitungkan.

(c) Triangulasi.

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan adalah pemeriksaan melalui sumber lainnya.

(d) Pemeriksaan Sejawat melalui Diskusi.

Yakni dilakukan dengan cara mengekspos hasil sementara atau hasil akhir yang diperoleh dalam bentuk diskusi dengan rekan-rekan sejawat. Teknik ini mengandung beberapa maksud sebagai salah satu teknik pemeriksaan keabsahan data.

(e) Analisis Kasus Negatif.

Yakni dilakukan dengan jalan mengumpulkan contoh dan kasus yang tidak sesuai dengan pola dan kecenderungan informasi yang telah dikumpulkan dan digunakan sebagai bahan pembanding.

(f) Pengecekan Anggota.

Pengecekan dengan anggota yang terlibat dalam proses pengumpulan data sangat penting dalam pemeriksaan derajat kepercayaan. Yang dicek dengan anggota yang terlibat meliputi data, kategori analitis, penafsiran, dan kesimpulan.

(g) Uraian Rinci.

Usaha membangun keteralihan dalam penelitian kualitatif jelas sangat berbeda dengan nonkualitatif dengan validitas eksternalnya. Dalam penelitian kualitatif hal itu dilakukan dengan cara uraian rinci (*thick description*). Teknik ini menuntut peneliti agar melaporkan hasil penelitiannya sehingga uraiannya itu dilakukan seteliti dan secermat mungkin yang menggambarkan konteks tempat penelitian diselenggarakan.