

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Banyak metode atau cara penjualan dilakukan perusahaan agar usahanya semakin maju dan berkembang. Dalam mengembangkan usahanya, metode yang dipergunakan perusahaan pun berbeda-beda, misalnya menggunakan metode *Multi Level Marketing* (MLM). MLM adalah metode pemasaran barang atau jasa, di mana mitra usaha mendapatkan komisi dari penjualan dan bonus hasil penjualan barang atau jasa yang dilakukannya sendiri dan dilakukan oleh anggota jaringan di dalam kelompoknya.

Metode pemasaran MLM sangat menguntungkan berbagai pihak, seperti bagi pengusaha ataupun produsen. Mereka bisa menghemat banyak dari sisi gaji karyawan maupun dari sisi sarana promosi dan iklan. Dan juga, perusahaan dapat memotivasi tim *marketing* dan anggota untuk menjelaskan produk unggulannya dengan lebih lama dan terperinci

dibandingkan dengan hanya menayangkan iklan di televisi. MLM memiliki keunggulan tersendiri dibandingkan dengan metode penjualan lainnya.

Banyaknya perusahaan MLM yang semakin berkembang, mendorong Dewan Syariah Nasional MUI untuk mengeluarkan fatwa terkait MLM. Fatwa DSN tersebut adalah fatwa DSN-MUI NO:75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). Dalam fatwa tersebut menyebutkan dua belas persyaratan yang harus ada dalam sebuah perusahaan MLM untuk bisa dikategorikan sesuai dengan hukum Islam.

Kehadiran MLM Syariah juga di latar belakang oleh realitas bahwa produk makanan, minuman, kosmetik dan jenis barang lainnya semakin banyak masuk ke Indonesia secara bebas, di mana status halal dan haramnya pun tidak jelas. Persoalan bisnis MLM mengenai hukum halal-haram maupun statusnya syubhatnya pun tidak bisa dipukul rata. Tidak dapat ditentukan oleh masuk tidaknya perusahaan itu dalam keanggotaan APLI, juga tidak dapat dimonopoli oleh pengakuan sepihak sebagai perusahaan MLM syariah atau bukan, melainkan tergantung

sejauh mana dalam praktiknya setelah dikaji dan dinilai secara syariah.

Seorang pebisnis muslim wajib untuk mengetahui hukum transaksi dengan sistem MLM ini sebelum bergelut di dalamnya. Bahwa seorang pedagang muslim hendaknya mengetahui hukum-hukum syariat tentang aturan berdagang atau transaksi dan mengetahui bentuk-bentuk jual beli yang terlarang dalam agama. Kurangnya pengetahuan tentang hal ini akan menyebabkan seseorang jatuh dalam praktek MLM yang tidak sesuai syariah. Tersebar nya praktek riba, memakan harta manusia dengan cara yang batil, dan merusak harga pasaran. Hal tersebut tidak hanya merugikan masyarakat, namun juga merugikan negara.

Dengan semakin banyaknya perusahaan-perusahaan yang menjual produk melalui sistem *Multi Level Marketing* (MLM), maka perlu dibahas hukumnya menurut syariah Islam. Kajian ini dianggap semakin penting setelah lahirnya perusahaan MLM yang menamakan perusahaannya dengan label syariah. Maka harus diketahui lebih jelas kualitas produk yang ditawarkan

perusahaan, bahan baku produknya sampai dengan cara pemasarannya.

Dari permasalahan yang ada maka peneliti tertarik untuk mengkaji masalah tersebut dari salah satu perusahaan MLM sebagai bahan skripsi yang berjudul “IMPLEMENTASI PEMASARAN PRODUK MLM MENURUT HUKUM ISLAM” (Studi di PT. *Moment Global Internasional*)”.

B. Fokus Penelitian

Untuk mempermudah penelitian ini, maka difokuskan tentang MLM. Karena MLM memiliki cakupan yang sangat luas, sehingga penulis memfokuskan penelitian tentang implmentasi pemasaran produk MLM menurut hukum Islam (studi di PT. *Moment Global Internasional*).

C. Rumusan Masalah

Dari fokus penelitian di atas, maka ada beberapa permasalahan yang akan dibicarakan secara lebih lengkap, yaitu :

1. Bagaimana mekanisme pemasaran produk MLM di PT. *Moment Global Internasional* ?

2. Bagaimana Implementasi pemasaran produk MLM menurut hukum Islam di PT. *Moment Global Internasional* ?

D. Tujuan Penelitian

Setiap penelitian dilakukan untuk mencapai suatu tujuan yang diharapkan. Adapun tujuan dari skripsi ini antara lain sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui mekanisme pemasaran produk MLM di PT. *Moment Global Internasional* .
2. Untuk mengetahui implementasi pemasaran produk MLM menurut hukum Islam di PT. *Moment Global Internasional*.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan nantinya dapat memberikan atau menambah pengetahuan tentang hal-hal yang berhubungan dengan mata uang sebagai alat transaksi dalam jual beli serta dapat memberikan pemahaman dan pengetahuan bagi para praktisi, maupun pembaca secara umum, mengenai pandangan hukum Islam terhadap penggunaan mata uang Bitcoin sebagai alat transaksi. Sehingga nantinya karya ilmiah ini dapat menjadi

salah satu rujukan terkait pembahasan mengenai mata uang sebagai alat transaksi, baik sebagai pembanding maupun literatur.

F. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Dalam penelitian terdahulu yang relevan ini penulis akan mengemukakan beberapa penelitian terdahulu tentang *Multi Level Marketing* (MLM) sehingga nantinya akan terlihat perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya. Adapun literatur karya ilmiah tersebut diantaranya :

1. Ami Sholihati dalam skripsinya yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Tentang *Insentif Passive Income* Pada Multi Level Marketing Syariah di PT. *K-LINK Internasional*”, yang menjadi pokok permasalahan dalam skripsi ini adalah *Insentif Passive Income* pada PT. *K-LINK Internasional* dan mencari gagasan hukum Islam tentang *Insentif Passive Income*. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *Insentif Passive Income* diperoleh member berperingkat *Royal Crown Ambassador, Crown Ambassador, Emerald Manager, Sapphire Manager, Diamond Manager, Senior Crown Ambassador*. Peringkat tersebut sudah mahir

menjalankan SEGITIGA-S (*Sikap, Service, Sponsoring*) dan MLM PT. *K-LINK Internasional* belum memenuhi ketentuan hukum Fatwa tentang PLBS (*Penjualan Langsung Berjenjang Syariah*) No. 75/DSN MUI/VII/2009. *Insentif* yang diperoleh member yang berperingkat atas adalah *passive income* karena member yang berperingkat atas tersebut mendapatkan penghasilan yang lebih besar dari pada *downline* dan dari hasil tersebut jerih payah para *downline*.¹

2. Puspita Rachawati dalam skripsinya yang berjudul “MLM Pada Perusahaan Tianshi Solo Ditinjau dari Hukum Islam”, yang menjadi pokok permasalahan dalam skripsi ini adalah apakah sistem MLM perusahaan PT. Tianshi Solo telah sesuai dengan hukum Islam. Dan dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *marketing Plan* MLM PT. Tianshi Solo telah sesuai dengan syarat-syarat sah *marketing*. Dan produk-produk yang dihasilkan PT. Tianshi Solo telah

¹Ami Sholihati, “*Tinjauan Hukum Islam Tentang Insentif Passive Income Pada Multi Level Marketing Syariah di PT K-LINK Internasional*”, (Hukum Keperdataan Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin Makassar, 2016).

memenuhi kriteria kehalalan produk. Dan cara mendapatkan keuntungan pada PT. Tianshi Solo telah memenuhi kriteria yaitu tidak adanya unsur-unsur yang dilarang seperti *riba*, *ghoror*, penipuan dan lain-lain seperti dalam kajian hukum Islam. Jadi MLM pada PT. Tianshi Solo telah sesuai dengan syari'at Islam.²

3. Putri Reztu Angreni J dalam skripsinya yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) pada PT. *K-LINK* Indonesia Cabang Makassar”. Yang menjadi pokok permasalahan dalam skripsi ini adalah bagaimana pandangan hukum Islam terhadap bisnis *Multi Level Marketing* bagaimana implementasi Fatwa MUI No. 75/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah terhadap pelaksanaan bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) pada PT. K-Link Indonesia cabang Makassar. Pandangan hukum Islam terhadap bisnis *Multi Level Marketing* adalah boleh dilakukan karena termasuk dalam kategori muamalah yang hukum asalnya mubah (boleh)

²Puspita Rachawati, “*MLM Pada Perusahaan Tianshi Solo Ditinjau Dari Hukum Islam*”(Skripsi Pada Jurusan Muamalat Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2008).

sampai ada dalil yang melarangnya. Namun, apabila dalam sistem bisnis MLM tersebut ditemukan hal-hal yang mengandung unsur yang dilarang dalam Islam, maka bisnis MLM tersebut tidak boleh dilakukan. Dan pelaksanaan bisnis *Multi Level Marketing* pada PT. K-Link Indonesia cabang Makassar telah memenuhi ketentuan Fatwa MUI No. 75/VII/2009 dan menerapkan akad-akad dalam penjualan langsung berjenjang syariah.³

4. Sri Widihastuti dalam skripsinya yang berjudul “Modal Sosial Dalam Strategi Mlm (*Multi Level Marketing*) Tianshi di Yogyakarta (Studi Pada Stokis Jl. Pattimura No.9 Kota Baru, Yogyakarta)”. Yang menjadi pokok permasalahan dalam skripsi ini adalah apa saja Modal sosial yang dimiliki Tianshi dan bagaimana modal sosial dalam strategi MLM (*Multy Level Marketing*) Tianshi di Yogyakarta. Dan dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa bisnis MLM banyak macamnya salah satunya adalah Tianshi. Tianshi

³Putri Reztu Angreni J. “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Bisnis *Multi Level Marketing* (Mlm) pada PT. K-LINK Indonesia Cabang Makassar”. (Skripsi Jurusan Hukum Keperdataan Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin Makassar, 2016)

adalah perusahaan yang memproduksi makanan kesehatan, perawatan kecantikan, dan perawatan rumah tangga yang dalam memasarkan produknya menggunakan sistem pemasaran dan distribusi berjenjang. MLM Tianshi ini memiliki unsur modal sosial di dalamnya. Modal sosial merupakan hal penting dalam suatu usaha bisnis selain modal fisik dan modal manusia. Modal sosial yang terdapat pada Tianshi yaitu kepercayaan, jaringan dan norma. Dan strategi yang dilakukan oleh distributor dalam melakukan bisnis Tianshi yang mengacu pada modal sosial yaitu kepercayaan, jaringan dan norma.⁴

Uraian diatas menunjukkan bahwa skripsi yang berjudul Implmentasi Pemasaran Produk MLM menurut hukum Islam (Studi PT. *Moment Global Internasional*) ini belum ada yang membahas dalam karya ilmiah. Dalam penelitian ini penulis berusaha untuk meneliti bagaimana mekanisme pemasaran

⁴ Sri Widiastuti dalam skripsinya yang berjudul “*Modal Sosial Dalam Strategi MLM (Multi Level Marketing) Tianshi di Yogyakarta*”, (Skripsi pada Jurusan Pendidikan Sejarah Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Yogyakarta, 2011.

produk PT. *Moment Global Internasional* dan bagaimana Mekanisme pemasaran produk MLM menurut hukum Islam.

G. Kerangka Pemikiran

Marketing atau pemasaran dapat didefinisikan sebagai hasil aktivitas bisnis yang mengarahkan arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen dan mencakup pembelian, penjualan, transportasi, pergudangan, standardisasi, tingkatan, *financing*, dan risiko. *America Marketing Association* (1960) menyatakan bahwa pemasaran dapat diartikan sebagai pelaksanaan dunia usaha yang mengarahkan arus barang-barang dan jasa-jasa dari produsen ke konsumen atau pihak pemakai.⁵

Multi Level Marketing adalah metode pendistribusian barang atau jasa dengan sistem penjualan langsung melalui program pemasaran berbentuk jaringan. Di mana para distributornya akan mendapatkan pendapatan dari penjualan langsung yang dilakukan sendiri dan pendapatan dari total omzet

⁵Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2013), h.4

jaringan atau kelompok atau organisasi yang telah dibangunnya⁶. Dalam literatur hukum Islam, sistem MLM dapat dikategorikan pembahasan *fiqh muamalah* dalam kitab *Al-Buyu'* mengenai perdagangan atau jual beli. Oleh karena itu, dasar hukum yang dapat dijadikan panduan bagi umat Islam terhadap bisnis MLM ini antara lain adalah konsep jual beli, tolong-menolong dan kerja sama.⁷

Jual beli ialah ikatan tukar menukar sesuatu yang bukan manfaat dan bukan pula kelezatan yang mempunyai daya tarik, penukarannya bukan emas dan juga bukan pula perak, bendanya dapat direalisasikan dan ada sekitar (tidak ditangguhkan), bukan merupakan utang (baik barang itu ada dihadapan sipembeli maupun tidak), barang yang sudah diketahui sifat-sifatnya atau sudah diketahui terlebih dahulu.⁸

Dasar hukum jual beli antara sesama umat manusia mempunyai landasan yang kuat dalam Al-Qur'an dan sunah

⁶ Irwan Sapari (ed), *The secret book of MLM of 21st Century*. (Surabaya: PT. MIC, 2018), h. 209-210

⁷ Gemala Dewi, dkk, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, ed pertama (Jakarta: Fajar Interpratama Mandiri, 2005), h.195

⁸ Sohari Sahrani dan Ruf'ah Abdullah, *Fikih Muamalah* (Bogor: Ghalia indonesia 2011) h.67

Rasulullah saw, terdapat beberapa ayat Al-Qur'an yang membahas tentang jual beli, antara lain :

1. QS. Al-Maidah (5): 2:

...وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ

شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

*“dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”*⁹

2. QS. Al-Baqarah (2): 275:

...وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا...

*“...dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...”*¹⁰

Riba adalah haram dan jual beli adalah halal. Jadi tidak semua akad jual beli adalah haram sebagaimana yang disangka oleh sebagian orang berdasarkan ayat ini. Hal ini dikarenakan huruf *alif* dan *lam* dalam ayat tersebut untuk menerangkan jenis, bukan untuk yang sudah dikenal karena

⁹Yayasan Penyelenggara Penerjemah Al-Qur'an Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya (Jakarta: PT.Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), h.142.

¹⁰ Yayasan penyelenggara Penerjemah Al- Qur'an Kementerian Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya , (Jakarta: PT. Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), h.58.

sebelumnya tidak disebutkan ada kalimat *al-bai* yang dapat dijadikan referensi, dan jika ditetapkan bahwa jual beli adalah umum, maka ia dapat dikhususkan dengan benda yang dilarang untuk diakadkan seperti minuman keras, bangkai, dan lainnya. Dari apa yang disebutkan dalam sunnah dan ijma para ulama akan larangan tersebut.¹¹

3. Surat Al-Baqarah ayat 198

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ ...

“Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezki hasil perniagaan) dari Tuhanmu...”.¹²

4. Surat An-Nisa’ ayat 29

... إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنكُمْ ...

“...kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu ...”¹³

¹¹ Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Amzah, 2010), h.26-27

¹² Yayasan Penyelenggara Penterjemah Al-Qur’an Departemen Agama RI, Al-Qur’an dan Terjemahnya (Jakarta: PT.Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), h.38

¹³ Yayasan penyelenggara Penterjemah Al- Qur’an Kementerian Agama RI, Al-Qur’an dan Terjemahnya , (Jakarta: PT. Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), h. 108

Allah telah mengharamkan memakan harta orang lain dengan cara yang bathil yaitu tanpa ganti dan hibah. Yang demikian itu adalah batil berdasarkan ijma umat dan termasuk di dalamnya juga semua jenis akad yang rusak yang tidak boleh secara *syara'*. Jika yang diakadkan itu adalah harta perdagangan maka boleh hukumnya, sebab pengecualian dalam ayat di atas adalah terputus karena harta perdagangan bukan termasuk harta yang tidak boleh dijual-belikan. Dan dibolehkan melakukan transaksi terhadap harta orang lain dengan cara perdagangan dengan asas saling ridha.¹⁴

Pada MLM, mitra diberdayakan untuk melaksanakan tugas pemasaran atau pendistribusian secara mandiri tanpa campur tangan langsung perusahaan. Imbalannya dalam bentuk potongan harga, komisi, atau *insentif* yang ditetapkan oleh perusahaan produsen secara berjenjang sesuai dengan jumlah nilai penjualan (biasanya disebut *volume point* atau *bussiness point*) yang diberitahukan kepada distributor. Dalam kata lain *Multi Level*

¹⁴Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalah* Cet, 2, , (Jakarta: Amzah, 2010), h.27

Marketing dapat dikatakan sebagai pemasaran yang dilakukan melalui banyak *level* atau tingkatan, yang biasanya dikenal dengan istilah *upline* (tingkat atas) dan *downline* (tingkat bawah).¹⁵

Perusahaan yang menjalankan bisnisnya dengan sistem MLM tidak hanya menjalankan penjualan produk barang, tetapi juga produk jasa, yaitu jasa *marketing* yang berlevel-level (bertingkat-tingkat) dengan imbalan berupa *marketing fee*, bonus, dan sebagainya. Dimana semua itu bergantung pada prestasi, penjualan, dan status keanggotaan distributor. Jasa perantara penjualan ini biasanya disebut dengan makelar. Makelar dalam terminologi fiqh disebut "*samsarah/simsar*" ialah perantara perdagangan (perantara antara penjual dan pembeli untuk memudahkan jual beli). Pekerjaan *samsarah/simsar* berupa makelar, distributor, agen, dan sebagainya, dalam fiqh Islam

¹⁵ Ahmad Mardalis dan Nur Hasanah, *Multi-Level Marketing (MLM) Perspektif Ekonomi Islam*, Vol. 1 No.1 (Februari 2016), Sekolah Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta, h.30

adalah termasuk akad *ijarah*, yaitu suatu transaksi yang memanfaatkan jasa orang dengan memberinya suatu imbalan.¹⁶

Dalam bisnis MLM, makelar atau perantara untuk menjalankan suatu usaha sangat penting demi memperlancar keluarnya barang dan mendatangkan keuntungan antara kedua belah pihak. Tidak ada salahnya kalau makelar itu mendapatkan upah kontan berupa uang atau secara persentase dari keuntungan atau apa aja yang mereka sepakati bersama.

Beberapa syarat agar sebuah perusahaan MLM dikategorikan sesuai syariah, yaitu:¹⁷

1. Produk yang dipasarkan harus berkualitas, halal, *thayyib* dan menjauhi *syubhat* (*syubhat* adalah sesuatu yang masih meragukan).
2. Sistem akadnya harus memenuhi kaidah dan rukun jual beli, sebagaimana yang terdapat dalam hukum isam (*fiqh muamalah*).

¹⁶ Sarah Mutiarani, *Bisnis Multi Level Marketing Oriflame Menurut Tinjauan Hukum Islam*, (Skripsi pada Fakultas Syariah IAIN, 2016), h. 9-10.

¹⁷ www.iaei-pusat.org, diakses pada tanggal 2 Juli 2018 pada pukul 19.30 WIB.

3. Operasional, kebijakan, *corporate culture*, maupun sistem akuntansinya harus sesuai syariah.
4. Strukturnya memiliki Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang terdiri dari para ulama yang memahami masalah ekonomi.
5. Formula insentif harus adil, tidak menzalimi dan berorientasi kemaslahatan/falah.
6. Tidak ada *excessive mark up* harga barang (harga barang di *mark up* sampai dua kali lipat), sehingga konsumen dan anggota terkena praktek terlarang dalam bentuk *ghabn fahisy* dengan harga yang amat mahal, tidak sesuai dengan kualitas dan manfaat yang diperoleh.
7. Bonus yang diberikan harus jelas angka nisbahnya sejak awal.
8. Tidak ada eksploitasi dalam aturan pembagian bonus antara orang yang awal menjadi anggota dengan yang akhir.
9. Pembagian bonus harus mencerminkan usaha masing-masing anggota.

10. Tidak menitikberatkan barang-barang tertier ketika umat masih bergelut dengan pemenuhan kebutuhan primer.
11. MLM tidak boleh menggunakan sistem piramida yang merugikan orang yang paling belakangan masuk sebagai member. Dalam MLM yang produknya jasa (umrah dan haji), sistem ini persis berbentuk *money game*. Pada hakikatnya, orang yang paling bawah memberi ongkos kepada *upline* untuk berangkat haji duluan sementara *downline* yang paling bawah harus berjuang mencari *downline* lagi dan begitulah seterusnya. Dalam sistem ini, pasti ada orang yang belakangan masuk dan jumlahnya cukup besar. Merekalah yang membiayai *upline* nya pergi haji dan umrah. Jadi harus dibedakan MLM yang menjual produk barang dengan MLM yang menjual jasa. MLM yang menjual produk barang bisa terjebak pada *money game*, jika biaya masuk demikian tinggi, sedangkan barang yang diperjualbelikan hanya kedok belaka. Misalnya saja MLM yang menjual penghemat listrik yang dijual dengan

harga Rp. 150.000 padahal harga sebenarnya hanya Rp. 15.000.

12. Cara penghargaan kepada mereka yang berprestasi tidak boleh mencerminkan hura-hura dan pesta yang tidak syariah.

H. Metode Penelitian

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang memusatkan perhatiannya pada prinsip-prinsip umum yang mendasari perwujudan dari satuan-satuan gejala yang ada dalam kehidupan manusia.¹⁸

Penelitian kualitatif bertujuan selain mengukur daripada realitabilitas, maka kekuatan penelitian kualitatif lainnya adalah validitas, yaitu pengukur kepastian akurasi

¹⁸ Aji Damanuri, *Metodelogi Penelitian Muamalah*, Cet. I, (Yogyakarta: STAIN PO PRESS, 2010), h. 9.

hasil penelitian yang didasarkan pada sudut pandang peneliti, partisipan, atau pembaca secara umum.¹⁹

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif, yaitu data yang lebih mengambil bentuk kata-kata atau gambar dari pada angka-angka.

2. Teknik Pengumpulan Data

Jenis metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung dengan menghimpun data-data yang berasal dari sumber-sumber tertulis seperti buku, majalah, jurnal, buletin, dan sumber yang berasal dari media elektronik seperti internet.

3. Teknik Pengelolaan Data

Setelah data yang diperlukan terkumpul kemudian penulis mengolahnya kembali melalui pendekatan metode induktif, yakni berangkat dari kenyataan-kenyataan khusus untuk diolah menjadi kesimpulan yang bersifat umum.

¹⁹Sonny Leksono, *Penelitian Kualitatif Ilmu Ekonomi*, Ed. I, Cet. I, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h. 170.

4. Teknik Penulisan

Dalam penulisan proposal skripsi ini penulis berpedoman pada:

- a. Buku Pedoman penulisan Karya Ilmiah berupa skripsi, tesis, dan buku yang menunjang.
- b. Penulisan ayat-ayat Al-Qur'an dan hadits serta Terjemahannya, as-sunnah, kitab-kitab fiqh dan ushul fiqh.
- c. Sebagai penunjang penulis juga menggunakan artikel-artikel dari website serta komentar dari komunitas pengguna Bitcoin.

I. Sistematika Penulisan

Dalam hal ini penulis membaginya dalam lima bab, dimana antara bab yang satu dengan bab yang lainnya saling berkaitan.

BAB I Pendahuluan, berisi tentang: Latar Belakang, Fokus Penelitian, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Telaah Pustaka, Kerangka Pemikiran, Metode Penelitian, dan Sistematika Pembahasan.

BAB II Kondisi Lokasi Penelitian, berisi tentang: Lokasi PT.

Moment Global Internasional , Sejarah Berdirinya PT.

Moment Global Internasional, Visi dan Misi PT.

Moment Global Internasional, *Core Value* dan *Offering*

Value PT. *Moment Global Internasional*, Produk-produk

PT. *Moment Global Internasional*.

BAB III Tinjauan Teoritis, berisi tentang: Prinsip-prinsip Jual

Beli meliputi: Pengertian Jual Beli, Rukun dan Syarat

Jual Beli, Dasar Hukum Jual Beli, Macam-macam Jual

Beli. Prinsip-prinsip Pemasaran meliputi: Pengertian

Pemasaran, Strategi Pemasaran, Konsep Pemasaran,

Karakteristik Pemasaran Syariah, dan Prinsip-prinsip

Umum MLM meliputi: Sejarah *Multi Level Marketing*

(MLM), Pengertian *Multi Level Marketing* (MLM),

Konsep Dasar *Multi Level Marketing* (MLM), *Multi*

Level Marketing (MLM) dalam Hukum Islam dan Fatwa

MUI tentang *Multi Level Marketing* (MLM).

BAB IV Implementasi Pemasaran Produk *Multi Level Marketing* menurut hukum Islam di PT. *Moment Global Internasional*, berisi tentang Mekanisme Pemasaran Produk PT. *Moment Global Internasional* dan Bagaimana Implementasi Mekanisme Pemasaran Produk *Multi Level Marketing* menurut hukum Islam di PT. *Moment Global Internasional*.

BAB V Penutup, terdiri dari Kesimpulan dan Saran.