

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam sebuah negara yang sedang berkembang (NSB) banyak sekali permasalahan yang sangat kompleks untuk ditangani yang terkadang hal ini menjadi sebuah penghambat bagi perkembangan ekonomi negara. Salah satu yang menjadi prioritas perhatian pemerintah adalah masalah kemiskinan, yang sangat berpengaruh besar terhadap pembangunan. Masalah kemiskinan ini bukan hanya dialami oleh negara yang sedang berkembang saja, bahkan sebuah negara yang maju pun memiliki permasalahan ini, namun tidak separah yang dialami oleh negara yang sedang berkembang.¹

Salah satu cara yang konstruktif untuk merealisasikan visi kesejahteraan lahir-batin bagi rakyat miskin adalah mengoptimalkan sumberdaya alam dan manusia secara produktif. Selain itu perlu melakukan penguatan rakyat agar kreatif untuk meningkatkan tarap hidup dan meraih kesejahteraan. Salah satunya melalui pengembangan usaha sektor riil, yaitu dengan menyerap angkatan kerja/ pengangguran sehingga peningkatan kesejahteraan dapat tercapai.

¹. Tatik Maryanti. *“Faktor Sosial Ekonomi yang Mempengaruhi Penurunan Kemiskinan Di Indonesia dalam Perspektif Islam”*, (Fakultas Ekonomi Program Doktorat Universitas Trisakti, Jakarta, 2011). h. 1.

Komitmen Islam terhadap persaudaraan dan keadilan menempatkan konsep kesejahteraan (*falah*) bagi semua umat manusia sebagai suatu tujuan pokok islam. Ini berarti menunjukkan bahwa kesejahteraan menjadi alat ukur tercapainya tujuan syariat. Kesejahteraan meliputi kepuasan fisik dan kedamaian mental, serta kebahagiaan yang dicapai melalui realisasi secara merata dan seimbang antara kebutuhan material dan rohani. Makna kesejahteraan dan kebahagiaan dalam konteks ini bersifat *holistik* dan seimbang antara individu dan sosial. Karenanya maximal output semata tidak dapat menjadi tujuan masyarakat tanpa dibarengi kesehatan rohani pada batin manusia, keadilan, dan permainan yang fair pada setiap interaksi manusia untuk menghindari dan mencegah terjadinya ketidakadilan ekonomi serta menumbuhkembangkan kesejahteraan dalam masyarakat maka dibutuhkan nilai-nilai moral. Nilai-nilai etika moral dipandang memiliki kemampuan menyelesaikan permasalahan yang dihadapi.²

Selanjutnya ilmu ekonomi mengajarkan tiga masalah mendasar yang harus dipecahkan untuk mengatasi keterbatasan sumberdaya dalam memenuhi kebutuhan manusia. Ketiga masalah tersebut adalah: 1) Apa yang harus di produksi, 2) bagaimana memproduksinya, 3) siapa yang akan mengkonsumsinya? Bagi hal yang terakhir, ini juga mengandung pengertian bagaimana mendistribusikan produk-produk yang

². Agus Waluyo, ekonomi Islam Dalam Bingkai Maqasid Asy-Syariah (Yogyakarta : Ekuilibria, 2018) h.72.

dihasilkan tadi. Selain itu, ilmu ekonomi juga mengenalkan tiga tujuan makro ekonomi yang ingin dicapai oleh setiap sistem ekonomi. Ketiga tujuan tersebut adalah: 1) terjadinya pertumbuhan ekonomi, 2) terjadinya pemanfaatan sumber daya, dan 3) Stabilitas harga. Bila salah satu dari ketiga tujuan tersebut mengalami gangguan maka akan terjadi kesulitan ekonomi. Bagaimana cara suatu ekonomi menemukan jawaban atas masalah masalah tersebut? Jawabannya tergantung kepada sistem ekonomi yang dianut oleh masyarakatnya. Ada tiga sistem ekonomi yang dikenal dalam praktek perekonomian. Masing-masing adalah sistem ekonomi pasar, sistem ekonomi terpusat, sistem ekonomi campuran antara keduanya. Sistem ekonomi yang berbeda akan memberikan pemecahan tau solusi yang berbeda pula atas ketiga masalah baik mikro ekonomi maupun makro ekonomi³

Sedangkan 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. 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 benar. Salah satu pola bisnis yang saat ini sangat marak dan berkembang adalah bisnis dengan sistem

³ Subiakto Tjakrawerdaja, dkk, *Sistem Ekonomi Pancasila* (Depok: Raja Grafindo Persada, 2017) h.49.

Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) yang merupakan salah satu cabang dari *direct selling*. Bisnis Penjualan Langsung Berjenjang Syariah 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.

Bisnis Penjualan Langsung Berjenjang Syariah merupakan bisnis yang bergerak di sektor perdagangan barang dan/atau jasa yang menggunakan sistem Penjualan Langsung Berjenjang Syariah sebagai strategi bisnisnya. Adapun sistem Penjualan Langsung Berjenjang Syariah itu sendiri adalah metode yang digunakan sebuah induk perusahaan dalam memasarkan produknya kepada konsumen melalui suatu jaringan orang-orang bisnis yang independen.

Sistem pemasaran melalui Multi level marketing 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 seminimal mungkin atau bahkan bisa ditekan sampai ketitik nol. MLM juga menghilangkan biaya promosi karena distribusi dan promosi ditangani langsung oleh

distributor dengan sistem berjenjang (pelevelan). *Multi Level Marketing* (MLM) secara etimologi berarti pemasaran yang berjenjang banyak. MLM merupakan salah satu dari berbagai cara yang dapat dipilih oleh perusahaan untuk memasarkan produknya. Dalam MLM pelanggan 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 independen sejak mereka mendaftar sebagai anggota. Dalam kata lain penjualan langsung berjenjang dapat dikatakan sebagai pemasaran yang dilakukan melalui banyak level atau tingkatan, yang biasanya dikenal dengan *Upline*. Istilah *upline* (tingkat atas) dan *down line* (tingkat bawah). *Upline* (promotor) adalah anggota yang sudah menjadi anggota terlebih dahulu, sedangkan bawahan (*downline*) adalah anggota baru yang mendaftar atau direkrut oleh promotor. Jenjang keanggotaan ini bisa saja berubah-ubah, sesuai dengan syarat pembayaran atau pembelian tertentu. MLM ini bisa juga disebut sebagai *network marketing*. Disebut demikian karena anggota kelompok tersebut semakin banyak sehingga membentuk sebuah jaringan kerja (*network*) yang merupakan suatu sistem pemasaran dengan menggunakan jaringan kerja banyak orang yang melakukan pemasaran.

Penjualan langsung Berjenjang syariah harus memenuhi hal-hal sebagai berikut: sistem distribusi pendapatan haruslah dilakukan secara profesional dan seimbang, apresiasi distributor haruslah yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, penetapan harga walaupun keuntungan (komisi dan bonus) yang akan diberikan kepada para anggota berasal dari keuntungan penjualan barang, bukan berarti harga barang yang dipasarkan harus tinggi dan jenis produk yang ditawarkan haruslah produk yang benar-benar terjamin kehalalan dan kesuciannya sehingga kaum muslimin merasa aman untuk menggunakan atau mengkonsumsi produk yang dipasarkan.⁴

Pada tahun 2009 Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) mengeluarkan fatwa terkait MLM, yaitu fatwa no 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). Fatwa ini menjelaskan tentang PLBS atau MLM Syariah mulai dari pengertian, dan ketentuan-ketentuan yang menjadikan diperbolehkannya praktek MLM tersebut. Ada beberapa ketentuan yang harus dipenuhi oleh pemohon Penjualan Langsung Berjenjang Syariah sebagai berikut: 1) Adanya objek transaksi riil yang diperjualbelikan berupa barang atau produk jasa.; 2) Barang atau produk jasa yang diperdagangkan bukan sesuatu yang diharamkan dan atau yang dipergunakan untuk sesuatu yang haram.; 3) Komisi yang

⁴ Ulfa Fadilah Arafat, “Analisa Fatwa DSN No 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) Terhadap Jual beli Pulsa Melalui Duta Network Indonesia (DNI) Di Madiun”, Skripsi Jurusan Hukum Ekonomi Syariah : IAIN Ponorogo. (Ponorogo , 2018), h.3.

diberikan oleh perusahaan kepada anggota baik besaran maupun bentuknya harus berdasarkan pada prestasi kerja nyata yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang atau produk jasa, dan harus menjadi pendapatan utama mitra usaha dalam PLBS.; 4) Bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) harus jelas jumlahnya ketika dilakukan transaksi (akad) sesuai dengan target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan oleh perusahaan.; 5) Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa.⁵ Berbeda dengan para pembisnis umum, bagi seorang mukmin, kewajiban analisis tidak terbatas pada seberapa besar peluang yang tercipta dalam dunia MLM. atau seberapa efektif dan efisien pola pemasaran MLM yang murni berbasis kajian ekonomi dan bisnis. Lebih dari itu, pertanyaan mengenai kesesuaian MLM dengan aturan dan norma bisnis Islami, harus pula mendapatkan jawaban pasti. Bahkan, harus dijadikan prioritas utama. Sebab menurut ajaran Islam, nilai ekonomi tidak hanya dilihat dari hasil. Akan tetapi, yang menjadi standar utama adalah bagaimana proses pencapaian hasil ekonomi tersebut jika prosesnya melabrak syariat Islam, maka betapa pun *high profit* dan *high infect*, ia wajib ditinggalkan. Sebaliknya, sebuah unit usaha yang prosesnya sejalan dengan

⁵ Fatwa Dewan Syariah Nasional No: 75/DSN MUI/VII/2009; Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS), (Dewan Syariah Nasional-MUI, Jakarta, 2009).

syariat, sekalipun *low profit*, ia patut dipertimbangkan. Idealnya memang, memilih jenis usaha yang prosesnya sejalan dengan syariat dan memberi peluang hasil yang mengiurkan. Tidak dipungkiri, MLM merupakan satu dari sekian jenis usaha yang belakangan ini banyak menarik perhatian kaum muslimin. Bukan hanya dari kalangan masyarakat awam tetapi juga aktifis pergerakan, bahkan hingga tokoh masyarakat dan agama.

Sebabnya, disamping karena MLM dianggap barang baru yang belum ditemukan padanannya pada praktik bisnis zaman dahulu, juga karena beberapa hal dalam aplikasinya yang masih samar bagi sebagian kaum muslimin. Olehnya, dibutuhkan analisis syar'i mendalam serta pengalaman lapangan yang sifatnya nyata demi menentukan status hukum MLM. Banyak ditentukan dari uraian mereka yang menolak MLM, analisa-analisa yang tidak sesuai dengan fakta yang terjadi di lapangan. Dan ini bukan hal kebetulan. Karena kebanyakan mereka, hanya bersandar pada berita "katanya" yang beredar dari mulut ke mulut dan tidak pernah terlibat langsung dalam system MLM, melihat fakta fakta lapangan, serta berinteraksi langsung dengan para pegiat MLM.⁶

Untuk menuju langkah sukses dalam mengembangkan usaha multi level marketing dapat dilakukan dengan cara menanamkan motivasi yaitu menumbuhkan keyakinan di dalam

⁶ Supriadi Yusuf Boni, "*Apa Masalah MLM? Sanggahan 22 Pengharaman Multi Level Marketing*" (Pustaka Al-Kausar, Jakarta, April 2017), h.6.

melakukan usaha. Sebagai seseorang muslim tentunya harus diiringi doa. Mencari atau memperluas jaringan mitra kerja sasaran awal adalah keluarga sendiri, teman sejawat, baru melangkah ke lingkungan yang lebih luas seperti teman sekantor, dan teman seprofesi. Untuk menjalankan usaha tidak diperlukan waktu khusus tetapi dapat dilakukan dengan waktu yang fleksibel (sembarang waktu).

K-Link Indonesia adalah salah satu anak perusahaan dari K-Link International, sebuah perusahaan yang telah berkembang dan beroperasi di 46 negara. PT.K-Link ingin menjadi perusahaan penjualan langsung yang giat, idealis, dan strategis, dengan tujuan menciptakan situasi 'win-win' untuk distributor, pelanggan, staf, mitra dagang dan rekan bisnis PT. K-Link. Kami beroperasi di dalam industri yang sangat kompetitif dan menantang, yang terus-menerus berkembang. Oleh karena itu, PT. K-Link terus mengembangkan metode baru dan sarana untuk kemajuan yang berkelanjutan, memberikan para distributor dan pelanggan di seluruh dunia kepercayaan dan keyakinan bahwa K-Link benar-benar '*Your Global Link*'.

Produk dan bisnis yang kami jalani merupakan yang terbaik di industri ini. '*Unity is Power*' merupakan landasan yang kami jadikan haluan untuk menjalankan bisnis yang sangat menguntungkan ini. PT. K-Link menyatakan bahwa keberhasilan dapat diraih dengan kerja sama tim yang sangat kuat. Budaya seperti inilah yang selalu kami upayakan untuk tumbuh dalam

perusahaan kami. Produk PT. K-Link terdiri atas produk suplemen kesehatan, perawatan tubuh, kecantikan, UIE, serta beberapa produk perawatan kendaraan bermotor dan rumah tangga. Beberapa dari produk PT. K-Link yang sudah banyak dikenal masyarakat antara lain, K-Liquid Chlorophyll, K-Omega Squa Plus dan Ayurveda Series. K-Link memiliki sistem yang terbukti mampu menaikkan kemampuan para Distributor, agar dapat berhasil di bisnis yang menguntungkan ini. Dengan lebih dari 2,4 juta anggota membuktikan bahwa K-Link Indonesia merupakan salah satu perusahaan Multi Level Marketing terbesar di Indonesia.⁷

Berdasarkan paparan di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan Penjualan Langsung Berjenjang Syariah dengan analisa fatwa DSN MUI No.75 tahun 2009 tentang praktek bisnis MLM di produk Duta Network Indonesia. Terkait dengan mekanisme, akad dan sistem bonusnya, sudahkah sesuai dengan fatwa DSN MUI dalam praktek di lapangan. Untuk itu penulis akan mengkaji lebih lanjut dalam sebuah karya yang berbentuk skripsi dengan judul: **“Analisis Implementasi Fatwa DSN-MUI NO: 75/DSN MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) di PT K-Link Indonesia”**

⁷ Company Profile, <https://k-link.co.id/about-k-link/company-profile/> diakses pada tanggal 14 september 2019 pukul 21:20.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis memfokuskan tentang “Analisi Implementasi Fatwa DSN-MUI No:75/DSN MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) di PT.K-Link Indonesia”.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Praktek Bisnis di PT.K-LINK Indonesia?
2. Bagaimana Implementasi PT.K-Link Indonesia terhadap Fatwa DSN-MUI No 75 Tentang PLBS?

D. Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah yang telah penulis kemukakan diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan Praktek Bisnis di PT.K-LINK Indonesia.
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan Implementasi Fatwa DSN-MUI No 75 Tentang PLBS di PT. K-LINK Indonesia.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah:

1. Aspek Teoritis

Memperoleh hasil penelitian yang dapat menjadi rujukan dalam pengembangan penelitian lebih lanjut serta dapat menjadi tambahan pengetahuan bagi para distributor MLM.

2. Aspek praktis:

- a. Bagi penulis lebih memahami dan menambah pengetahuan tentang hukum Penjualan Langsung Berjenjang Syariah.
- b. Bagi masyarakat
 - 1) Memberikan informasi mengenai bisnis dan usaha Penjualan Langsung Berjenjang Syariah dalam perspektif Fatwa DSN MUI No.75/DSN MUI/VII/2009.
 - 2) Menambah kepercayaan masyarakat terhadap bisnis Penjualan Langsung Berjenjang Syariah dalam perspektif Fatwa DSN MUI No.75/DSN MUI/VII/2009.

F. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu yang relevan menguraikan teori, temuan dan bahan penelitian lain yang diperoleh dari acuan, yang dijadikan landasan untuk melakukan penelitian yang diusulkan sehingga jelas distingsi study yang akan dilakukan. Menjelaskan penelitian terdahulu juga sebagai upaya untuk tidak menjiplak/plagiat hasil penelitian terdahulu, atau meneliti dengan tema dan kajian yang sama. Uraian dalam penelitian

terdahulu yang relevan diarahkan untuk menyusun kerangka atau konsep yang akan digunakan dalam penelitian.⁸

Skripsi yang ditulis oleh Ulafah Fadilah Arafat. yang berjudul “Analisis Fatwa DSN MUI No 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) Terhadap Jual Beli Pulsa Melalui Duta Network Indonesia (DNI) Madiun” studi kasus melalui Duta Network Indonesia (DNI) di Madiun. Yang diteliti dalam analisis Fatwa DSN MUI No 75 Tahun 2009 dan bagaimana operasional sistem MLM di Duta Network Indonesia (DNI). Hasil dari penelitian ini yang pertama ialah adanya akad ba’i Murabahah, *Wakalah bil ujarah* dan ijarah telah sesuai dengan kajian fiqh sedangkan *ju’alah* pada Penjualan Langsung Berjenjang Syariah MLM Duta Network Indonesia (DNI). masih belum sepenuhnya sesuai dengan fatwa DSN MUI karena pada akad *Ju’alah* dalam melakukan sesuatu yang dikerjakannya tidak ada batasan waktunya sedang di DNI ada batasan waktunya. Kedua mengenai sistem bonus di MLM Duta Network Indonesia (DNI) telah sesuai dengan fatwa DSN MUI No. 75/DSN MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). Skripsi yang ditulis oleh Ulfa Fadilah Arafat, 2018 yang berjudul “Analisis Fatwa DSN MUI No 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang

⁸ . Ulfa Fadilah Arafat, “Analisa Fatwa DSN No 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) Terhadap Jual beli Pulsa Melalui Duta Network Indonesia (DNI) Di Madiun”, Skripsi Jurusan Hukum Ekonomi Syariah : IAIN Ponorogo. (Ponorogo , 2018). h.11

Syariah (PLBS) Terhadap Jual Beli Pulsa Melalui Duta Network Indonesia (DNI) Madiun” studi kasus Duta Network Indonesia (DNI) Madiun. Dalam skripsi ini membahas mengenai permasalahan tentang bagaimana analisis terhadap penetapan harga terhadap member dan non-member. Dalam penjualan produk dibedakan objeknya, maksudnya, harga yang di tetapkan untuk penjualan produk dibedakan bagi member dan non-member. Bagi non-member diberikan harga normal, tetapi bagi member ada potongan harga tersendiri. Setelah melakukan penelitian dan menganalisis permasalahan berdasarkan data yang ada dan diperoleh di lapangan, secara hukum Islam penetapan harga pada Jual beli pulsa.⁹

G. Kerangka Pemikiran

Perdagangan merupakan salah satu sektor yang penting dalam kegiatan perekonomian dan pengaruhnya sangat kuat terhadap perkembangan dan pertumbuhan perekonomian suatu wilayah. Kontribusi sektor perdagangan terhadap PDB merupakan kontribusi yang paling besar dibanding sektor lainnya. Biasanya, satu perusahaan distributor menangani satu

⁹ . Ulfa Fadilah Arafat, “Analisa Fatwa DSN No 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) Terhadap Jual beli Pulsa Melalui Duta Network Indonesia (DNI) Di Madiun”, Skripsi Jurusan Hukum Ekonomi Syariah : IAIN Ponorogo. (Ponorogo , 2018).h....

atau lebih produk dari beberapa pabrik pemegang merk dengan wilayah kerja distribusi yang telah ditentukan.¹⁰

Penjualan langsung berjenjang baik secara single level maupun multi level masuk dalam perdagangan yang di distribusikan secara langsung juga mengatur tentang larangan pelaku usaha menerapkan sistem skema piramid dalam mendistribusikan barang disertai dengan pasal ketentuan pidana. Menurut fatwa DSN MUI No:75/DSN MUI/VII/2009 tentang penjualan langsung berjenjang syariah yaitu usaha saling melindungi sejumlah pihak yang terlibat dalam sistem penjualan langsung berjenjang syariah.¹¹

Bisnis merupakan kegiatan mu'amalah yang pertama kali menaggalkan etika, kemudian disusul oleh bidang politik. Bisnis yang sehat adalah bisnis yang berlandaskan etika. Oleh karena itu pelaku bisnis muslim hendaknya memiliki kerangka etika bisnis yang kuat, sehingga dapat mendatangkan aktivitas bisnis yang nyaman dan berkah sesuai syariah.¹²

H. Metode Penelitian

Penelitian ini atau penyusun skripsi ini penulis menggunakan metode deskripsi yakni metode penelitian yang

¹⁰. Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), (Jakarta: kerjasama Lemabaga Pengembangan Perbankan Indonesia dengan bank Indonesia , 2015), h.39

¹¹. Joko Hartanto Komara, Ketua Umum Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia, , (Jakarta,: Network News APLI , 2015), h.5

¹². Muhammad, alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Syariah*, UGM BPFE (Yogyakarta 2005), h.56

menguraikan dan menggambarkan, mengumpulkan, menyusun, mengolah dan menjelaskan suatu obyek dengan adanya untuk memperoleh data-data yang diperlukan penulis dengan langkah-langkah berikut:

1. Teknik pengumpulan data

- a. Data Pustaka

Pengumpulan data pustaka, yaitu dengan menghimpun data dari sumber-sumber tertulis seperti buku, internet, artikel, dan sumber lainnya yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.

- b. Wawancara

wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila penelitian ini menggunakan study pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari respondend yang lebih mendalam dan jumlah respondend sedikit atau kecil. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan dari pada laporan tentang diri sendiri atau self-report, atau setidaknya pada pengetahuan dan keyakinan pribadi. Dengan melakukan dialog atau

wawancara dengan pihak PT K-Link Indonesia serta pihak-pihak lain yang berkaitan dalam penelitian ini.

c. Observasi

Observasi adalah dasar dalam memperoleh data pada penelitian kualitatif, yang bertujuan untuk memahami perilaku subyek secara apa adanya. Observasi pada penelitian kualitatif berbentuk narasi atau deskripsi dari hal-hal yang dilakukan subyek dalam kondisi yang alami.

d. Dokumen

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental lainnya. Pada dasarnya dokumen digunakan untuk memperkuat penelitian kualitatif agar dapat lebih dipercaya.

2. Teknik pengolahan data

Setelah data-data yang didapatkan sudah terkumpul, selanjutnya penulis klasifikasikan menurut masalahnya masing-masing, kemudian data yang diperoleh disusun secara sistematis, kemudian disimpulkan sehingga dapat diperoleh gambaran yang baik, jelas dan dapat memberikan data seteliti mungkin mengenai objek penelitian.

3. Teknik Penulisan

- a. Buku pedoman skripsi fakultas syariah, universitas islam negeri “Sultan Maulana Hasanudin” Banten, Tahun 2017
- b. Untuk penulisan ayat ayat Al-Quran berpedoman pada Al Quran dan terjemahnya, yang diterbitkan oleh depertemen agama republik Indonesia.
- c. Penulisan hadis-hadis berpedoman pada buku aslinya, jika susah didapatkan pada sumber tersebut, maka penulis mengutip dari buku yang didalamnya terdapat hadis yang dimaksud.

I. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini penulis akan membahas dengan sistematika terdiri dari 5 bab yaitu:

Bab I, Pendahuluan yang pembahasannya meliputi, Latar Belakang Masalah, Fokus Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Penelitian Terdahulu yang Relevan, Kerangka Pemikiran, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

- Bab II, Kondisi Obyektif pada bagian ini meliputi; Profil dan Sejarah Berdirinya PT. K-Link Indonesia, Visi dan Misi PT. K-Link Indonesia, Struktur Organisasi PT. K-Link Indonesia., Program-program di PT K-Link Indonesia, APLI dan Perlindungan Member Berserta Konsumen PT. K-Link Indonesia, Program-program di PT. K-Link Indonesia, Produk-produk PT. K-Link Indonesia.
- Bab III, Landasan Teori ini meliputi, A.Konsep Jual Beli dalam Islam, meliputi, Pengertian Jual Beli, Hukum Jual Beli, Rukun dan Syarat Jual Beli, Transaksi Jual Beli yang Dilarang. B. Penjualan Langsung Berjenjang Syariah meliputi, Pengertian Bisnis Penjualan Langsung Berjenjang Syariah, Tujuan Bisnis Penjualan Langsung Berjenjang Syariah, Prinsip Fundamental Penjualan Langsung Berjenjang Syariah. C. Fatwa DSN-MUI Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah, meliputi, Majelis Ulama Indonesia, Tugas dan Wewenang Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia, Mekanisme dan Tata Kerja Dewan Syariah Nasional-

Majelis Ulama Indonesia, Mekanisme dan Kedudukan Fatwa, Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2019 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah.

Bab IV, Analisis Fatwa Dsn Mui Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah di PT. K-Link Indonesia meliputi; Praktik Bisnis di PT. K-Link Indonesia dan Analisis Implementasi Fatwa DSN-MUI Tentang PLBS di PT. K-LINK Indonesia.

Bab V, Penutup yang pembahasannya meliputi; Kesimpulan dan Saran.