

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

MLM syariah adalah sebuah usaha MLM yang sistem operasionalnya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. MLM syariah adalah untuk produk halal dan bermanfaat, dan proses perdagangannya tidak ada yang melanggar syariat, tidak ada pemaksaan, penipuan, riba, sumpah yang berlebihan, pengurangan timbangan, dan yang lain-lain.¹

Maka dalam sistem bisnis *multi level marketing* syariah, tidak adanya kezaliman kepada sesama karena hal demikian dilarang dalam Islam, Sebagaimana yang dijelaskan dalam hadits Rasulullah SAW :

عَنْ أَبِي دَرٍّ عَنْ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فِيمَا رَوَى عَنْ اللَّهِ
تَبَارَكَ وَتَعَالَى أَنَّهُ قَالَ يَا عِبَادِي إِنِّي حَرَّمْتُ الظُّلْمَ عَلَى نَفْسِي
وَجَعَلْتُهُ بَيْنَكُمْ مُحَرَّمًا فَلَا ظَالِمًا... رواه مسلم

¹Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, (Jakarta: Qultum Media, 2005), h. 17.

Artinya : “Dari Abi Dzar ra., dari Nabi SAW. Berupa sesuatu yang telah beliau riwayatkan (dapatkan) dari Allah SWT, bahwasanya Allah berfirman; wahai hamba-hamba-Ku, sesungguhnya Aku telah mengharamkan kezaliman atas diri-Ku, dan Aku jadikan kezaliman itu di antara kamu sekalian (sebagai) sesuatu yang diharamkan, maka janganlah kamu sekalian saling menzalimi....” (HR. Muslim)

Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) pada tahun 2009, mengeluarkan fatwanya No:75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). Dalam fatwanya mengenai ketentuan perusahaan MLM agar menjalankan bisnisnya sesuai syariah. Sehingga di Indonesia sekarang sistem bisnis MLM harus berdasarkan prinsip syariah.

Berikut beberapa perusahaan penjualan langsung berjenjang syariah yang telah mendapatkan sertifikat DSN-MUI.²

²DSN-MUI,<https://dsnmui.or.id/daftar-perusahaan-penjualan-langsung-berjenjang-syariah/>, (diakses pada tanggal 12 November 2020, pukul 13.30).

Tabel 1 1 Perusahaan Langsung Berjenjang Syariah

No	Lembaga	Produk	Masa Berlaku
1	PT Nusa Selaras Indonesia	Suplemen Kesehatan, Kosmetika Dan Life Style	23 September 2023
2	PT Milionaire Group Indonesia	Suplemen Kesehatan- Kecantikan, Dan Alat Kesehatan- Kecantikan	29 Juni 2023
3	PT K-Link Nusantara	Kesehatan, Kosmetika Dan Aksesoris Kesehatan	06 Maret 2021
4	PT Aeminareka Pharmasia Pratama	Kosmetika, Suplemen, Life Style, Dan Bahan Gunaan	11 Februari 2023
5	PT Duta Elok Persada	Kosmetika	08 Januari 2023
6	PT Nusantara Sukses Selalu	Kesehatan	17 Juli 2022
7	PT Singa langit Jaya (Tiens)	Kesehatan	27 Februari 2022
8	PT Herba Penawar Alwahida	Kesehatan	19 Desember 2021
9	PT Veritra Sentosa Internasional	Layanan Pembayaran Multiguna	01 Agustus 2020
10	PT Momen Global Internasional	Nutrisi Kesehatan	30 Juli 2020

Sumber : Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia

Pada tabel diatas menunjukkan 10 jumlah perusahaan penjualan langsung berjenjang syariah (PLBS), dengan berbagai produk mulai dari suplemen kesehatan, kosmetika, life style, alat kesehatan-kecantikan, aksesorik kesehatan, nutrisi kesehatan dan layanan.

Maka dengan adanya beberapa perusahaan MLM yang bersertifikat syariah, memberikan kemudahan dan lebih berhati-hati bagi masyarakat luas dalam memilih berbisnis MLM serta dari beberapa produknya. Dalam konsep Islam dalam penjualan suatu produk menekankan kahalalan, manfaat, dan mematuhi prinsip dasar ekonomi syari'ah secara makro yang terbebas dari tujuh (7) unsur yaitu *maysir* (judi), *zhulm* (aniaya), *gharar* (penipuan), haram, *riba* (bunga), *iktinaz* atau *ihtikar*.³

Berdasarkan hasil observasi awal peneliti, pengetahuan santri Pondok Pesantren Modern Daar El-Kutub Bayah Lebak Banten mengenai bisnis dengan sistem *multi level marketing* syariah ini sudah banyak dikenal. Diperoleh data 40 santri yang

³ Ahmad Mardalis & Nur Hasanah, "Multi Level Marketing (MLM) Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol.1, No. 1, (Februari, 2016), h. 37.

telah bergabung dalam perusahaan bisnis dengan sistem *multi level marketing* syariah diantaranya sebagai berikut :

Tabel 1 2 Data Santri yang Menjadi Anggota Perusahaan MLM Syariah

No	Nama Perusahaan Multi Level Maketing Syariah	Jumlah Santri
1	PT Herba Penawar Alwahida	16
2	PT Nusa Selaras Indonesia	12
3	PT Singa langit Jaya (Tiens)	8
4	PT Veritra Sentosa Internasional	4

Sumber : Santri Pondok Pesantren Modern Daar El-Kutub, 2021

Pada table 1.2 diatas diketahui pengetahuan santri terhadap perusahaan dengan sistem *multi level marketing* syariah ini didapatkan dari dewan ustadz/ ustadzah yang menjadi anggota perusahaan MLM syariah, dari informasi sosial media dan dari kakak alumni Pondok Pesantren Modern Daar El-Kutub yang menjadi salah satu anggota dari perusahaan MLM. Kebanyakan santri memang sudah mengetahui beberapa perusahaan Penjualan Langsung Berjenjang Syariah, akan tetapi pengetahuan santri terhadap operasional bisnisnya masih beragam, mereka menganggap semua bisnis operasionalnya sama saja adapun jika ada perbedaan sulit bagi mereka untuk membedakan antara bisnis

sistem *multi level marketing* dengan bisnis seperti biasanya.⁴ Adapun salah satu faktor yang paling mendasar dalam minat suatu produk MLM syariah didasari adanya pengetahuan. Pengetahuan merupakan pengalaman aktual yang tersimpan dalam kesadaran manusia. Pengetahuan adalah informasi, yang mana informasi itu bisa diperoleh melalui berbagai media, seperti iklan pada majalah, televisi, koran, radio, pamphlet, bahkan bisa juga melalui pengalaman seseorang.⁵

Tidak bisa dipungkiri bahwa bisnis *multi level marketing* (MLM) ini cukup berperan dalam menggerakkan suatu perekonomian masyarakat. Bisnis MLM ini hadir ditengah-tengah masyarakat sehingga dalam beberapa kasus, banyak perusahaan yang mengatasnamakan bisnis MLM akan tetapi bisnis yang dijalankan berkedok *money game* yang mana mendewakan sebuah *passive incom*.⁶ Pada bisnis dengan sistem *multi level marketing* ini menawarkan janji-janji keuntungan yang

⁴ Santri Daar El-Kutub, wawancara oleh Lia Bahlia, 18 Februari 2021

⁵ Ahmad Zamroni, <https://www.kompasiana.com/ahmadzamronikbm>.
.pesantren-merupakan-lahan-pengembangan-ekonomi-islam.

⁶ Ahmad Sahlan, "Bisnis Multi Level Marketing (MLM)", Al-Hikmah : *Jurnal Kependidikan dan Syari'ah*, Vol. 04, No. 01, (Oktober, 2016), h. 78.

besar sehingga menggiurkan masyarakat untuk ikut bergabung, yang mana persyaratannya pun cukup mudah hanya dengan mendaftarkan diri kemudian setelah itu mempromosikan dan menjual produk perusahaan, maka mereka akan diberikan keuntungan atau gaji yang besar, mendapatkan imbalan sebuah rumah, motor dan mobil sesuai dengan tingkatan level yang diperoleh anggotanya. Sehingga menuai perbincangan mengenai bisnis dengan sistem MLM ini dinilai merugikan anggotanya karena merasa tertipu dengan janji-janji yang diberikan dan mengalami kerugian atas modal yang dikeluarkan, walaupun pada dasarnya tidak semua bisnis dengan sistem MLM ini merugikan akan tetapi malah memberikan keuntungan kepada para anggota. Namun pada praktiknya, sistem MLM ini dilihat sering menimbulkan masalah karena disebabkan kurang pengetahuan dan pemahaman anggota atau masyarakat mengenai bisnis MLM yang benar dan sesuai dengan syariah.⁷

⁷ Agus Salim, "Aktualisasi Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Dalam Ranah Syar'ī", *Jurnal Ar-Risalah*, Vol. XVI No. 2, (2 Oktober, 2015), h. 69.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang berjudul ***“Pengaruh Pengetahuan Santri terhadap Minat Produk Bisnis Multi Level Marketing Syariah (Studi Pada Santri Pondok Pesantren Modern Daar El-Kutub Bayah Lebak Banten)”***.

B. Identifikasi Masalah

1. Santri yang telah bergabung pada bisnis MLM syariah mengetahui beberapa perusahaan penjualan langsung berjenjang yang mendapatkan sertifikat syariah
2. Pengetahuan santri terhadap operasional bisnis MLM syariah masih beragam
3. Bisnis sistem MLM syariah dengan bisnis seperti biasanya sistem operasionalnya sama saja

C. Pembatasan Masalah

Untuk menghindari terlalu luasnya penelitian yang akan dilakukan maka dalam penelitian ini hanya akan membahas pengaruh pengetahuan santri terhadap minat produk bisnis *multi*

level marketing syariah. Selain itu penelitian ini dilakukan di Pondok Pesantren Modern Daar El-Kutub Bayah Lebak Banten.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan diatas maka pokok permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Adakah terdapat pengaruh pengetahuan santri terhadap minat produk bisnis *multi level marketing* syariah?
2. Seberapa besar pengaruh pengetahuan santri terhadap minat produk bisnis *multi level marketing* syariah?

E. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang dihadapi, penelitian ini bertujuan sebagai berikut

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan santri terhadap minat produk bisnis *multi level marketing* syariah.
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh pengetahuan santri terhadap minat produk bisnis *multi level marketing* syariah.

F. Manfaat Penelitian

Adapun hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada, antara lain :

1. Bagi Kalangan Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya dapat dimanfaatkan oleh seluruh akademis, baik dosen maupun mahasiswa dalam upaya memberikan pengetahuan, serta informasi mengenai pengetahuan santri terhadap minat produk bisnis *multi level marketing* syariah.

2. Bagi Semua Pihak

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan masukan dan tambahan informasi mengenai bisnis sistem *multi level marketing* yang sesuai dengan syariah.

3. Bagi Penulis

Bagi penulis sendiri untuk meningkatkan ilmu pengetahuan mengenai bisnis sistem *multi level marketing* yang sesuai dengan syariah dan pengalaman yang sangat

berharga yang diperoleh selama proses perkuliahan dan penelitian serta kedepannya semakin berkembang.

G. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah suatu model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah riset.⁸. Maka dengan adanya kerangka pemikiran ini, teori yang akan dibahas menjadi tersusun dengan baik sehingga tidak keluar dari sasaran yang akan diteliti.

Dalam penelitian ini tentang “*Pengaruh Pengetahuan Santri terhadap Minat Produk Bisnis Multi Level Marketing Syariah (Studi Pada Santri Pondok Pesantren Modern Daar El-Kutub Bayah Lebak Banten)*”. Variabel Independen pada penelitian ini yaitu pengetahuan santri sedangkan variabel dependennya yaitu minat produk.

Pengetahuan santri terhadap bisnis *multi level marketing* syariah didapatkan dari berbagai aspek, diantaranya pengetahuan tersebut diperoleh dari media sosial, dari dewan ustadah yang

⁸Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003), h.242.

memperjual belikan salah satu produk MLM syariah. Sehingga hal tersebut memberikan pengetahuan santri. Santri di Pondok Pesantren Modern Daar El-Kutub memiliki tingkatan pengetahuan produk yang berbeda, yang mana dapat digunakan untuk menerjemahkan informasi baru dan membuat keputusan terhadap minat suatu produk.

Menurut Sumarwan pengetahuan konsumen merupakan suatu informasi yang dimiliki oleh konsumen mengenai berbagai macam produk atau jasa serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.⁹

Dengan didasari adanya pengetahuan terhadap suatu produk dan jasa memberikan kemudahan dan ketertarikan kepada konsumen dalam memilih produk dan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah memiliki arti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu,

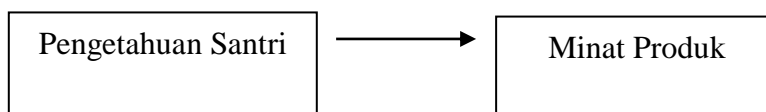
⁹ Ujang Sumarwan, "Perilaku Konsumen", (Bogor : Ghalia Indonesia, 2011), h. 147.

gairah, atau keinginan. Menurut Laila dan Asti unsur-unsur yang terdapat pada minat meliputi :

- 1) Minat adalah suatu gejala psikologis.
- 2) Adanya pemusatan perhatian, perasaan, dan pikiran, dari subjek karena tertarik.
- 3) Adanya perasaan senang terhadap objek yang menjadi sasaran.
- 4) Adanya kemauan atau kecenderungan pada diri subjek untuk melakukan kegiatan guna mencapai tujuan.¹⁰

Dengan demikian salah satu yang menjadi pemicu seseorang minat terhadap suatu produk yaitu adanya perasaan senang terhadap suatu produk. Berdasarkan deskripsi diatas maka peneliti menggambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut :

Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran



¹⁰ Laila Fitriani dan Asti Aini, “Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Memilih Produk Tabunganku”, dalam *Islamiconomics : jurnal Ekonomi Keuangan dan Bisnis Islam*, Vol. 5, No. 1, (Januari-Juni, 2014), h.4.

H. Sistematika Penulisan

Untuk lebih mempermudah dan memperjelas pokok bacaan dalam tulisan ini, pembahasan dibagi menjadi lima bab dengan uraian sebagai berikut :

Bab I pendahuluan, pada bab ini meliputi latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka pemikiran dan sistematika pembahasan.

Bab II tinjauan pustaka, pada bab ini akan membahas mengenai penjelasan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu : pengertian pengetahuan, pengertian minat, produk *multi level marketing* (MLM) syariah, penelitian terdahulu dan perumusan hipotesis penelitian.

Bab III metodologi penelitian, pada bab ini menguraikan tentang ruang lingkup penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan dan teknik analisis data.

Bab IV pembahasan hasil penelitian, pada bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, analisis deskriptif, analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

Bab V penutup, pada bab ini mencakup kesimpulan atau jawaban ringkas terhadap rumusan masalah yang diajukan, dan saran yang dianggap penting berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh.