

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di zaman modern ini, diwarnai dengan semangat berwirausaha yang meluas, mencakup semua lapisan masyarakat, termasuk lapisan atas, menengah, dan bawah. Tren ini patut diapresiasi karena mendorong masyarakat untuk mengambil inisiatif ekonomi dan menjadi lebih mandiri, terlebih di tengah iklim ekonomi yang sedang menghadapi tantangan.

Bisnis dalam ekonomi syariah telah berkembang secara signifikan dalam beberapa dekade terakhir. Pemasaran berjenjang (MLM) berbasis syariah merupakan salah satu model bisnis yang sedang berkembang di masyarakat. Munculnya MLM syariah merupakan respons terhadap kekhawatiran umat Islam terhadap praktik MLM konvensional yang sering dianggap mengandung unsur *gharar* (ketidakpastian) dan *riba* (bunga), yang bertentangan dengan prinsip syariah. Dalam kerangkanya, PT. Halal Network Internasional (HNI), perusahaan yang berkonsentrasi dalam pemasaran produk kesehatan herbal, memanfaatkan MLM syariah sebagai pendekatan strategis pemasarannya.¹

Bisnis MLM disebut juga *network marketing*, Semakin banyak orang bergabung dengan grup untuk membangun jaringan kerja. Pemasaran MLM adalah metode pemasaran yang menggunakan jaringan orang yang sebanding. Bisnis MLM sering disebut sebagai bisnis

¹ Gemala Dewi, *Hukum Perikatan Di Indonesia* (Jakarta: Prenada Media, 2018), h. 168.

penjualan langsung di masyarakat, dengan pembeli, konsumen, pemasar, dan distributor sebagai pengguna pemasaran.

Dalam operasinya, akad *ju'alah* digunakan *Multi Level Marketing* Syariah pada seluruh proses rekrutmen anggota dan pembagian bonus. Akad ini mencakup perjanjian di mana pihak pertama suatu kesepakatan dibuat antara dua pihak untuk memberikan kompensasi tertentu kepada pihak lain sebagai ketidakseimbangan atas penyelesaian tugas atau layanan tertentu yang akan menguntungkan pihak pertama. Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah menceritakan tindakan pemberian upah (*ja'il*) kepada orang yang melakukan tugas *ju'alah* didefinisikan sebagai jenis perjanjian. Pihak pertama memberikan pembayaran kepada pihak kedua untuk menyelesaikan tugas atau menyediakan layanan yang menguntungkan pihak pertama dengan ketidakseimbangan tertentu.²

Perbedaan antara Multi level Marketing (MLM) Konvensional dan MLM Syariah menjadi isu penting dalam konteks bisnis saat ini, terutama di Indonesia. MLM Syariah, yang diatur oleh Fatwa DSN-MUI menekankan pada kehalalan produk dan kepatuhan terhadap prinsip syariah, termasuk larangan riba dan praktik tidak transparan. Di sisi lain, MLM Konvensional sering kali berfokus pada profit tanpa mematuhi norma syariah.

Berdasarkan Fatwa DSN-MUI Nomor: 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang Akad *Ju'alah*, yang didefinisikan sebagaimana suatu janji (*iltizam*) untuk memberikan kebulatan tertentu (*'iwad/ju'l*) dengan syarat-syarat yang telah ditentukan untuk tercapainya hasil (*natijah*) dari suatu pekerjaan. Akad ini melibatkan dua pihak: *maj'ul lahu* yang

² Yadi Janwari, *Fikih Lembaga Keuangan Syariah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2022), h. 154-155.

melaksanakan *ju'alah* dan *ja'il* yang berjanji untuk menyelesaikan hasil pekerjaan (*natijah*). *Maj'ul lahu* berhak menerima kinerja *ju'alah* hanya jika hasil pekerjaan terpenuhi, dan *ja'il* wajib memberikan kinerja yang menjanjikan setelah prestasi (hasil pekerjaan atau *natijah*) tercapai sesuai dengan undang-undang.³

Di Indonesia, sistem Jaringan Usaha Halal (BHN) diterapkan oleh PT Herba Penawar Al-wahida Indonesia (HPAI), yang kemudian dikenal sebagai Halal Network Internasional (HNI). PT HNI merupakan salah satu perusahaan bisnis halal network di Indonesia yang fokus pada penyediaan produk-produk barang konsumsi (*consumer goods*) yang halal dan berkualitas dan berkomitmen menyediakan produk herbal halal berkualitas yang tinggi. PT HPAI didirikan di Jakarta pada 19 Maret 2012 yang bertujuan untuk meningkatkan kehalalan dan kualitas produk, mendasarkan diri pada *Thibbunnabawi*, dan memperkenalkan ekonomi Islam ke Indonesia melalui kewirausahaan.⁴

Dalam upaya pemasarannya, PT HNI membentuk jaringan agen stok dengan berbagai tingkatan, seperti Stokis (STK) dengan pangkat minimal *Manager*, Pusat Stokis Daerah (PSD) dengan pangkat minimal *Senior Manager*, dan Pusat Agency (PA) dengan pangkat minimal *Executive Director*. Untuk meningkatkan kesadaran akan produknya di kalangan masyarakat umum, PT HNI bekerja sama dengan anggotanya untuk menyampaikan penawaran perusahaan.

PT Halal Network Internasional (HNI) adalah perusahaan multilevel marketing syariah yang sangat terkenal di Indonesia, menggunakan sistem bonus bersifat kompleks dan kurang terdefinisi

³ DSN MUI, "Fatwa Dewan Syariah Nasional NO: 62/DSN-MUI/XII/2007 Tentang Akad *Ju'alah*," *Dewan Syariah Nasional MUI*, no. Keuangan Syariah (2007): 1–4. Diakses 30 September 2024. <https://dsnemui.or.id/kategori/fatwa/>.

⁴ "Panduan Sukses HNI" (2020), h. 12.

dengan jelas. Hal ini menimbulkan keraguan mengenai keabsahan akad yang digunakan dalam sistem bonus tersebut. Dalam praktiknya, PT. HNI memberikan bonus atau hadiah kepada distributornya yang memenuhi target penjualan tertentu.

PT. Halal Network Internasional (HNI) memasarkan produknya dengan kode etik distributor yang berbasis syariah, harga produk yang ditetapkan, bonus yang diberikan, dan perjanjian bisnis. Dengan harga pendaftaran yang sebanding murah dan peluang yang sama dengan bonus yang tinggi, kualitas produk yang dapat dipertanggungjawabkan. Bonus agenstok, bonus prestasi pribadi, bonus prestasi pangkat, bonus generasi pangkat,⁵ adalah beberapa dari banyak bonus yang ditawarkan oleh produk HNI. Bonus di bagikan dengan menyesuaikan poin yang didapatkan.

Sistem yang digunakan oleh perusahaan HNI adalah bonus yang fokus pada tingkat peringkat seorang anggota atau agen untuk memasarkan produk perusahaan dalam jaringannya, seperti perusahaan Multi Level Marketing (MLM). Namun, sistem bonus perusahaan MLM HNI masih perlu diperbaiki jika dibandingkan dengan perspektif ekonomi Islam yang menghormati hak-hak karyawan, transparan, jelas, dan adil dalam pembagian keuntungan.

PT HNI mengklaim bahwa sistem bonus yang diterapkan telah sesuai dengan prinsip syariah melalui akad *ju'alah*. Bahkan menurut pengakuan beberapa mitra, bonus yang diterima mencerminkan hasil kerja mereka. Namun demikian, jika ditinjau lebih dalam, masih terdapat potensi unsur *gharar* (ketidakjelasan), terutama dalam struktur dan syarat perolehan bonus, seperti kewajiban belanja pribadi, level poin tertentu, dan ketentuan royalti yang belum tentu dipahami seluruh mitra. Padahal

⁵ “Panduan Sukses HNI”, h. 46.

akad *ju'alah* kejelasan syarat dan imbalan merupakan unsur penting agar akad dianggap sah secara syariah.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian ini difokuskan untuk menganalisis bagaimana sistem bonus dijalankan dalam bisnis MLM syariah di PT HNI, serta bagaimana implementasi akad *ju'alah* berdasarkan Fatwa DSN-MUI tentang pemberian bonus tersebut. Permasalahan ini akan dibahas secara mendalam dalam Tugas Akhir dengan judul **“Implementasi Akad *Ju'alah* Berdasarkan Fatwa DSN-MUI NOMOR 62/DSN-MUI/XII/2007 Terhadap Pemberian Bonus Pada Bisnis Multi Level Marketing Syariah (Studi Kasus pada PT HNI Di Pandeglang)”**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana sistem bonus pada bisnis MLM Syariah di PT HNI Pandeglang?
2. Bagaimana implementasi akad *ju'alah* berdasarkan Fatwa DSN-MUI NOMOR 62/DSN-MUI/XII/2007 terhadap pemberian bonus pada bisnis Multi Level Marketing Syariah di PT HNI Pandeglang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui sistem bonus pada bisnis MLM Syariah di PT HNI Pandeglang.
2. Untuk mengetahui implementasi akad *ju'alah* berdasarkan Fatwa DSN-MUI NOMOR 62/DSN-MUI/XII/2007 terhadap pemberian bonus pada bisnis Multi Level Marketing Syariah di PT Halal Network Internasional Pandeglang.

D. Manfaat Penelitian

Penulis berharap bahwa manfaat berikut ini akan dihasilkan dari pembuatan penelitian ini:

1. Secara Teoritis, penulis berharap penelitian ini dapat menambah pemahaman mengenai Pembagian Bonus dalam Bisnis Multi Level Marketing Syariah di PT. HNI, khususnya pada jurusan Hukum Ekonomi Syariah.
2. Secara Praktis, penelitian ini memberikan manfaat bagi PT HNI Pandeglang untuk mengukur sejauh mana penerapan sistem bonus mereka telah selaras dengan prinsip-prinsip akad *ju'alah* sebagaimana diatur dalam Fatwa DSN-MUI NOMOR 62/DSN-MUI/XII/2007. Hasil dari penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai dasar evaluasi serta acuan dalam merumuskan kebijakan pemasaran yang tetap berada dalam batasan syariah. Selain itu, masyarakat umum dan para pelaku usaha MLM syariah dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang keabsahan sistem bonus dalam bisnis jaringan syariah, sehingga dapat meningkatkan kewaspadaan dalam memilih dan menjalankan usaha yang sesuai dengan ajaran Islam.

E. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

No	Nama, Judul, Asal Kampus, Tahun	Metode dan Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	Karimah Wijayanti, Implementasi Akad <i>Ju'alah</i> dalam Bisnis Multi Level Marketing Syariah	Metode yang digunakan adalah metode kualitatif lapangan (field research). Adapun hasil penelitiannya bahwa	Persamaan terletak pada pembahasan tema yaitu implementasi akad <i>ju'alah</i> dalam bisnis multilevel marketing

	(Studi Kasus di Bisnis TIENS), Tahun 2020. ⁶	implementasi Akad <i>Ju'alah</i> dalam Bisnis Multi Level Marketing Syariah di Bisnis TIENS telah sesuai dengan Fatwa DSN-MUI No: 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan langsung Berjenjang Syariah (PLBS), dan sesuai dengan Fatwa DSN-MUI No: 62/DSN-MUI/XII/2007 Tentang Akad <i>Ju'alah</i> .	syariah. Sedangkan Perbedaannya adalah pada penelitian karimah wijayanti ini tidak secara spesifik mengacu kepada fatwa dan tidak mengacu pada pemberian bonus dan objek penelitiannya juga berbeda penelitian yang akan penulis lakukan yaitu di PT. HNI.
2.	Neneng Didah Humaidah, Implementasi Fatwa DSN-MUI Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007 Tentang Akad <i>Ju'alah</i> Pada Praktik Pemasaran	Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan yuridis sosiologis. Dengan hasil penelitian yang menyimpulkan bahwa dalam praktik pemasaran barang	Memiliki persamaan dengan penelitian Neneng Didah Humaidah yaitu mengenai Fatwa DSN MUI Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang akad <i>ju'alah</i> . Adapun perbedaannya terletak

⁶ Karimah Wijayanti, "Implementasi Akad *Ju'alah* dalam Bisnis Multi Level Marketing Syariah (Studi Kasus di Bisnis TIENS)", Skripsi Fakultas Syariah UIN WALISONGO SEMARANG, 2020.

	Barang Furniture, Tahun 2022. ⁷	furniture di Fatoni Alumunium telah sesuai dengan Fatwa DSN No. 62/DSN-MUI/XII/2007 namun di sisi lain pelaksanaan akad <i>ju'alah</i> yang terjadi tidak sesuai dengan Fatwa DSN No. 62/DSN-MUI/XII/2007.	pada fokus dan objek penelitian. Dimana dalam penelitian Neneng ini fokusnya ialah pada praktik pemasaran barang furniture di Fatoni Alumunim, sedangkan pada penelitian yang akan penulis bahas yaitu pada praktik pemberian bonus pada bisnis multilevel marketing syariah di PT. HNI.
3.	Syalasya Aulia Puspitaningrum, Analisis Fatwa DSN No.62/ DSN-MUI/XII/2007 Tentang Akad <i>Ju'alah</i> Terhadap Pemberian Hadiah bagi Nasabah pada tabungan Digital	Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Dengan hasil penelitian yang menyimpulkan bahwa dalam praktik pemasaran barang furniture di Fatoni	Memiliki persamaan dengan penelitian Syalasya Aulia Puspitaningrum yaitu mengenai Fatwa DSN MUI Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang akad <i>ju'alah</i> . Adapun perbedaannya terletak pada fokus dan objek

⁷ Neneng Didah humaidah, "Implementasi Fatwa DSN-MUI Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007 Tentang Akad *Ju'alah* Pada Praktik Pemasaran Barang Furniture", Skripsi Fakultas Syariah UIN SMH BANTEN, 2022.

	(Studi pada Bank Jago Syariah Kuningan Jakarta Selatan), Tahun 2024. ⁸	Alumunium telah sesuai dengan Fatwa DSN No. 62/DSN-MUI/XII/2007 hal ini terlihat dari rukun dan syarat serta ketentuan fatwa akad <i>ju'alah</i> yang telah dipenuhi oleh pihak Bank Jago Syariah.	penelitian. Dimana dalam penelitian Syalasya Aulia ini fokusnya ialah pada pemberian hadiah bagi nasabah pada tabungan digital di Bank Jago Syariah, Selain itu, penelitian yang akan dilakukan penulis akan membahas metode pemberian bonus dalam perusahaan multilevel marketing syariah PT. HNI.
--	---	--	---

F. Kerangka Pemikiran

Saat ini, salah satu jenis aktivitas perdagangan adalah praktik bisnis Multi Level Marketing (MLM). MLM adalah pendekatan pemasaran di mana penjualan dihasilkan melalui banyak tingkatan atau jaringan. "*Multi*" dalam MLM mengacu pada banyaknya tingkatan atau jenjang, sementara "*marketing*" adalah proses pemasaran. Dengan demikian, MLM dapat diartikan sebagai sistem pemasaran yang melibatkan berbagai tingkatan atau jaringan penjualan.⁹

⁸ Syalasya Aulia Puspitaningrum, " Analisis Fatwa DSN No.62/ DSN-MUI/XII/2007 Tentang Akad Ju'alah Terhadap Pemberian Hadiah bagi Nasabah pada tabungan Digital (Studi pada Bank Jago Syariah Kuningan Jakarta Selatan)", Skripsi Fakultas Syariah UIN SMH BANTEN, 2024.

⁹ Mardani, *Hukum Perikatan Syariah Di Indonesia* (Jakarta: Sinar Grafika, 2022), h. 209.

Akad *ju'alah* adalah kesepakatan di mana seseorang (*ja'il*) menjanjikan imbalan kepada pihak lain (*amil*) untuk melaksanakan suatu tugas tertentu. Dalam konteks syariah, akad ini dibenarkan karena tidak melanggar prinsip-prinsip keadilan, transparansi, dan kerjasama antara kedua pihak. Akad ini sering digunakan dalam sistem bonus atau penghargaan dalam bisnis, termasuk bisnis *multi level marketing* (MLM) syariah.

Dalam transaksi *ju'alah*, ada dua pihak yang terlibat: *Maj'ul Lahu*, yang bertanggung jawab untuk melakukan tugas dan akan mendapat manfaat setelah selesai, dan *Ja'il* yang bertanggung jawab untuk memberikan imbalan. Semua pihak harus mengetahui jadwal pembayaran penjara sebelum menandatangani perjanjian, dan instruksi yang jelas harus diikuti. Tidak ada kewajiban untuk membayar imbalan sebelum akad *ju'alah* dilaksanakan, seperti yang dinyatakan dalam Fatwa DSN-MUI No: 62/DSN-MUI/XII/2007.¹⁰

Di dalam industri MLM, akad *ju'alah* diawali ketika anggota baru direkrut dan berlangsung hingga anggota tersebut menerima bonus dari perusahaan. Anggota akan menerima bonus setelah memenuhi tanggung jawab yang diberikan perusahaan. Ketika seorang anggota mencapai tujuan yang telah ditentukan, organisasi pemasaran memberikan bonus kepada anggota dan harus memenuhi janjinya.

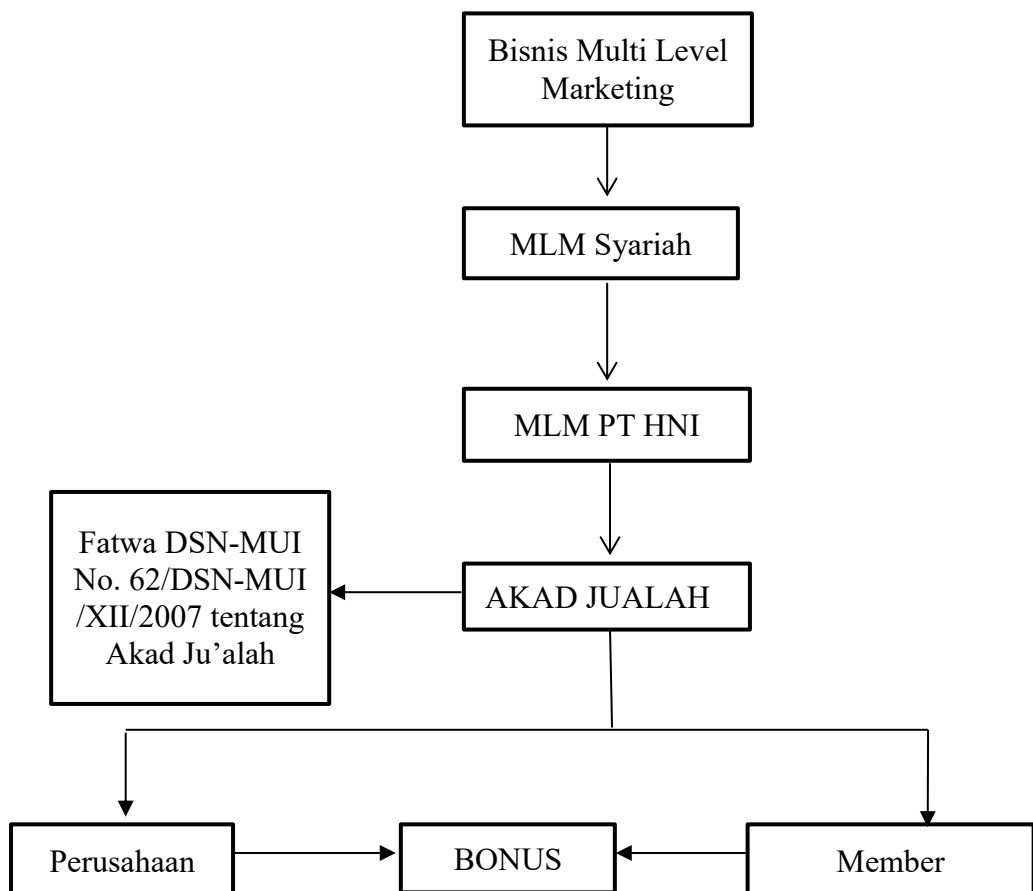
Di Indonesia, salah satu perusahaan pemasaran Multilevel Marketing yang berbasis syariah adalah PT HNI. Dalam prakteknya, PT HNI menerapkan sistem akad *ju'alah*, perusahaan berjanji untuk memberikan bonus dan insentif kepada karyawannya setelah mereka menyelesaikan tugas yang telah ditetapkan. Persetujuan ini biasanya

¹⁰ MUI, "Fatwa Dewan Syariah Nasional NO: 62/DSN-MUI/XII/2007 Tentang Akad Ju'alah'."

dibuat saat merekrut anggota baru. Saat proses perekrutan, sponsor atau anggota yang sudah bergabung akan menjelaskan tentang sistem PT HNI, cara kerjanya, dan peluang bonus yang bisa diperoleh. Tugas-tugas yang diberikan bisa beragam, termasuk melakukan rekrutmen anggota baru, membimbing grup mereka, dan menjual produk PT HNI.

Bagan 1

Gambaran Kerangka teori



G. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) yang tujuannya guna memperoleh data secara sistematis yang ada dilapangan dengan informasi yang didapat dari responden dan informan melalui observasi, dan wawancara langsung digunakan dalam penelitian.¹¹

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan Normatif - Empiris. Pendekatan ini bertujuan untuk menelaah bagaimana ketentuan hukum positif, seperti peraturan perundang-undangan dan dokumen hukum tertulis, diterapkan secara nyata (*in action*) dalam kehidupan masyarakat. Fokus kajiannya adalah pada implementasi hukum terhadap suatu peristiwa hukum yang terjadi secara konkret. Tujuannya adalah untuk menilai sejauh mana penerapan hukum tersebut selaras atau tidak dengan norma hukum yang berlaku. Dengan kata lain, penelitian ini ingin mengetahui apakah peraturan perundang-undangan telah dijalankan sebagaimana mestinya, serta apakah pelaksanaannya mampu mengantarkan para pihak yang terlibat pada tujuan yang diharapkan.¹²

2. Sumber Data Penelitian

Penelitian ini di lakukan di *Agency Center*, Distributor Center HNI dan Stokis Center HNI di Pandeglang. Peneliti menggunakan dua sumber data yang khusus dan spesifik.

¹¹ Galang Surya Gumilang, "Metode Penelitian Kualitatif Dalam Bidang Bimbingan Dan Konseling," *Jurnal Fokus Konseling* 2, no. 2 (2016), h. 154. Diakses 12 Oktober 2024. <http://ejournal.stkipmpringsewu-lpg.ac.id/index.php/fokus/a>.

¹² Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum* (Mataram: Mataram University Hukum, 2020), h. 115.

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer ini merupakan data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian.¹³ Perolehan data ini tentunya akan dilakukan di *Agency Center*, Distributor Center dan Stokis Center HNI di Pandeglang sebagai lokasi peneliti.

b. Sumber Data Sekunder

Berbeda dengan data primer yang dikumpulkan secara langsung, data sekunder adalah informasi yang mendukung data pertama. Dalam hal ini, data sekunder diperoleh dari sumber-sumber kepustakaan seperti buku, jurnal, tesis, e-book, Al-Qur'an, Hadist, dan referensi atau literatur yang telah dipublikasikan.

3. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data digunakan untuk memperoleh informasi yang diperlukan untuk menyelesaikan masalah dan topik penelitian. Metode berikut digunakan untuk mengumpulkan informasi :

a. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui dari responden yang lebih dalam yang melibatkan pengajuan pertanyaan dan diskusi untuk mengekstrak informasi secara langsung dari sumber data.¹⁴

¹³ Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Banjarmasin: Antasari Press, 2011), h. 71.

¹⁴ Dameria Sinaga, *Metologi Penelitian (Penelitian Kualitatif)* (Jakarta: UKI Press, 2023), h. 38.

Peneliti melakukan wawancara dengan *Agency*, Distributor dan Stokis Center Halal Network Internasional (HNI). Diminta untuk memberikan komentar dan tanggapan mereka tentang pelaksanaan Akad *Ju'alah* berdasarkan Fatwa DSN-MUI No. 62 Tahun 2007 tentang Pemberian Bonus dalam Bisnis Multi Level Marketing Syariah di PT HNI.

b. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data melalui pengamatan langsung, fenomena, atau perilaku di lapangan.¹⁵ Observasi langsung terhadap subjek penelitian dilakukan untuk mengumpulkan data penelitian untuk memahami keberadaan, kondisi, konteks, dan maknanya.

Observasi dilakukan melalui pengamatan langsung terhadap aktivitas pembagian bonus dan sistem kerja di AC, DC, dan SC HNI. Peneliti menggunakan pendekatan observasi partisipatif, yakni dengan ikut serta dalam proses pembagian bonus untuk memahami lebih dalam praktik yang dilakukan. Selain itu, peneliti mengamati, mendengarkan, dan memantau dengan cermat semua tindakan terkait sebelum menarik kesimpulan berdasarkan pengamatannya.

c. Dokumentasi

Dokumentasi mengacu pada proses pengumpulan informasi tentang item atau variabel yang berasal dari berbagai sumber seperti catatan transkrip data dari jurnal, prasasti, surat kabar, dan lainnya.¹⁶

¹⁵ Ahmad Gunawan Siti Romdona, Silvia Senja Junista, "Teknik Pengumpulan Data" 3, no. 1 (n.d.): h. 41.

¹⁶ Hasyim Hasanah, "TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial)," *At-Taqaddum* 8, no. 1 (2017): h. 21.

4. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses sistematis mengumpulkan informasi melalui catatan lapangan, wawancara, dan dokumentasi. Proses ini mengevaluasi setiap informasi untuk menentukan relevansi dan signifikansi dan membuat kesimpulan yang jelas bagi audiens. Dalam penelitian ini, Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif, yaitu dengan mereduksi data hasil wawancara, dokumentasi, dan observasi lapangan yang berkaitan dengan implementasi akad *ju'alah* dalam sistem bonus pada PT HNI. Data kemudian disajikan secara sistematis untuk dianalisis kesesuaiannya dengan ketentuan Fatwa DSN-MUI No. 62/DSN-MUI/XII/2007. Selanjutnya, dilakukan penarikan kesimpulan berdasarkan temuan tersebut guna menjawab rumusan masalah penelitian.

5. Pedoman Penulisan

Terkait pedoman penulisan yang digunakan penulis dalam proses penyusunan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Berpedoman pada "Buku Pedoman Penulisan Skripsi" yang diterbitkan oleh Fakultas Syariah UIN SMH BANTEN tahun 2023.
- b. Pada penulisan ayat Al-Qur'an beserta terjemahannya, penulis berpedoman pada Al-Qur'an yang diterbitkan oleh kementerian Agama RI.
- c. Berpedoman pada Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) yang diterbitkan oleh Majelis Ulama Indonesia.
- d. Pada penulisan Hadist beserta terjemahannya, penulis berpedoman pada kitab hadist aslinya, serta buku-buku terjemahan lainnya yang tersedia.

H. Sistematika Penulisan

Dalam sebuah artikel ilmiah, pembahasan yang sistematis merupakan alur dari banyak penjelasan suatu sistem pembahasan. Sehubungan dengan skripsi ini. Sistematika penelitian ini dipecah menjadi lima bab :

BAB I : Pendahuluan, bab ini berisi mengenai penjelasan secara umum seperti latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu, kerangka berpikir, metodologi penelitian yang digunakan, dan pembahasan sistematika penelitian.

BAB II : Akad *Ju'alah* dan Multi Level Marketing, bab ini menjelaskan landasan teori mengenai Definisi Akad *ju'alah*, Dasar Hukum Akad *ju'alah*, Rukun dan Syarat Akad *ju'alah*, pengupahan dalam akad *ju'alah*, pembatalan akad *jua'alah*, fatwa DSN-MUI Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang akad *ju'alah*, Definisi Multilevel Marketing, Sejarah Multilevel Marketing, Multilevel Marketing menurut hukum islam, perbedaan mlm syariah dan konvensional.

BAB III : Gambaran umum PT HNI, Gambaran umum tentang PT. HNI, Visi dan Misi PT. HNI, Struktur Organisasi PT. HNI cabang Pandeglang, Produk HNI, Syarat bergabung anggota HNI.

BAB IV : Analisis dan Hasil Penelitian, Bab ini berisi tentang hasil penelitian terkait Sistematika pemberian bonus pada PT. HNI Pandeglang dan implementasi akad *ju'alah* berdasarkan Fatwa Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007 Terhadap Pemberian Bonus pada Bisnis Multi Level Marketing syariah PT HNI cabang Pandeglang.

BAB V : Penutup, Bab ini adalah seri penelitian terakhir. Terdapat rekomendasi dan kesimpulan dalam bab ini. Kesimpulan yang menjadi hasil akhir penelitian ini sangat penting karena dapat memvalidasi temuan penelitian. Sedangkan saran merupakan keinginan penulis kepada setiap orang yang ahli atau berpengalaman.