

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Persaingan ketat dalam bidang usaha jasa travel haji dan umrah menuntut setiap perusahaan untuk mampu beradaptasi dan mampu bertahan untuk memenangkan kompetisi dalam usaha. Tidak mengherankan jika semua perusahaan menerapkan berbagai strategi yang sesuai untuk bertahan dan mampu tumbuh berkembang. Dengan alasan inilah, pendapat Sofjan sangat tepat menjelaskan mengapa setiap perusahaan selalu menetapkan strategi dan cara pelaksanaan kegiatan pemasarannya. Kegiatan pemasaran yang dilakukan, diarahkan untuk dapat mencapai sasaran perusahaan yang dapat berupa tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam jangka panjang dan membangun share pasar tertentu dalam suatu jangka waktu tertentu.¹ Pengarahan kegiatan pemasaran tersebut hanya mungkin dapat dilakukan dengan penetapan garis-garis besar pedoman atau patokan umum perusahaan dalam bidang pemasaran, yang sering dikenal dengan kebijakan pemasaran, yang menekankan pemberian pelayanan yang memuaskan kepada konsumen, melalui kegiatan dan strategi pemasaran yang terpadu.²

Kondisi tersebut menginspirasi model pemasaran moderen berbentuk penjualan langsung berjenjang atau biasa dikenal masyarakat dengan sebutan *multilevel marketing* (MLM) diadopsi oleh perusahaan travel haji dan umroh PT Arminareka Perdana. Minat yang semakin besar untuk pergi ke Baitullah setiap

¹ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2007), 197.

² Philip Kotler, *Ten Deadly Marketing Sins, Sinyal dan Solusi* (Jakarta: Erlangga, 2004), 19.

tahun menjadi peluang besar yang sedang ditangkap oleh perusahaan jasa travel haji dan umrah untuk memberikan pelayanan pergi ke tanah suci. Adanya potensi pasar yang besar sebagai negara dengan mayoritas beragama Islam serta peluang bisnis yang masih potensial ini pula yang dilihat oleh PT Arminareka Perdana (PT AP). PT Arminareka Perdana adalah sebuah perusahaan biro penyelenggara haji khusus dan umrah yang berdiri pada tanggal 9 Februari 1990. Selanjutnya untuk melakukan pemasaran yang lebih efisien PT Arminareka Perdana mendirikan anak perusahaan yang khusus menangani bidang pemasarannya yaitu PT Armina Utama Sukses (PT AUS) pada tanggal 13 Mei 2008. Lahirnya PT AUS pada akhirnya memberikan solusi bagi calon jamaah yang belum mampu atau belum cukup uang yang dimiliki untuk menjadi bagian dari perusahaan dengan cara sistem *multi level marketing* (MLM) atau sistem penjualan langsung berjenjang.

Skema model pemasaran dengan model penjualan langsung berjenjang ini nampaknya banyak diminati oleh masyarakat karena orang bisa melakukan ibadah haji khusus atau umrah hanya dengan membayar 10 persen dari biaya yang sesungguhnya, walaupun para calon jamaah tersebut belum tentu mampu melunasi seluruh pembayaran setoran biaya naik haji dan umrah. Sistem ini menawarkan para calon jamaah haji ataupun umrah dapat menunaikan ibadah dengan biaya yang relatif murah dan mampu dijangkau. Para calon jamaah dengan sistem ini dapat melakukan pembayaran di awal (uang muka) untuk mendapatkan tanda bukti pembayaran haji atau umrah sekaligus mendapatkan hak usaha kemitraan dengan mengajak orang lain untuk bergabung sebagai mitra kerja atau sebagai calon jamaah dengan imbalan pemberian bonus atau komisi.

Bentuk pemasaran dengan pendekatan penjualan langsung berjenjang syariah (PLBS) yang diterapkan di PT Arminareka Perdana untuk mendaftarkan diri menjadi calon jama'ah umrah atau haji, seorang jama'ah cukup membayar uang muka (*down payment*) keberangkatan sebesar Rp 3.500.000 (tiga juta lima ratus ribu rupiah) untuk umrah dan Rp 5.000.000 (lima juta rupiah) untuk haji.³ Bila uang muka sudah dibayar, maka jama'ah tersebut telah sah menjadi calon jama'ah umrah atau haji. Untuk mencukupi kekurangan biaya jama'ah memiliki dua pilihan yaitu bisa mengangsur setiap bulan atau mempromosikan kepada jama'ah lain untuk bergabung menjadi calon jama'ah umrah dan haji. Komisi yang akan diterima oleh jama'ah yang berhasil mereferensikan satu calon jama'ah umrah PT Arminareka Perdana adalah Rp 1.500.000 dan Rp 2.500.000 untuk calon jama'ah haji.⁴ Strategi seperti ini ternyata memang diminati masyarakat luas yang memiliki keinginan berhaji ataupun melaksanakan umrah karena diberikan solusi praktis sekaligus dapat dijadikan peluang usaha. Semua teknis kebutuhan operasional usaha dan persediaan produk sudah disiapkan oleh perusahaan. Lebih lagi ada tim manajemen yang siap membantu semua pekerjaan administrasi dan distribusi pelayanan jasa haji dan umrah. Strategi seperti ini membuat banyak orang yang dahulunya tidak bisa melakukan umrah atau haji akhirnya mampu berangkat menunaikan ibadah umrah atau haji sekaligus memiliki bisnis sendiri. Cara tersebut terbukti mengantarkan PT Arminareka Perdana sebagai salah satu biro perjalanan haji terbesar selama dua tahun terakhir. Bahkan pada tahun 2014 lalu, perusahaan bisa memberangkatkan 24.700 orang, dengan omzet mencapai Rp 550-600 miliar per tahun. Angka

³ Juli Irmayanto, *UKB "Mudah Umroh & Sehat Kaya Berkah"* (Jakarta: 2017), Edisi 7.

⁴ Ibid.

spesial ini tak lepas dari strategi perusahaan memotong biaya umrah yang membebani.⁵

Sebagian ulama berpendapat bahwa sistem yang merupakan turunan model bisnis *multi level marketing* (MLM) tersebut kurang sesuai dengan syari'at Islam karena mengandung unsur *kitman*, selain itu sifat bisnis sistem PLBS secara etika dianggap bisa mengotori hati dikarenakan sistem ini dikhawatirkan berorientasi pada *profit material* semata. Karena orientasinya *profit material* sehingga menimbulkan kecenderungan untuk merekrut konsumen sebanyak-banyaknya yang seringkali dalam praktek menimbulkan tindakan yang kurang terpuji, yaitu pada awalnya seseorang tidak tertarik dengan bisnis ini namun berbagai cara ditempuh oleh *upline* untuk mengajaknya akhirnya terpengaruh ikut bergabung menjalani usaha tersebut.⁶

Aturan yang ketat dan sudah jelas dalam fatwa MUI dan DSN tentu saja tidak langsung menjadikan para penyelenggara jasa haji dan umrah menjalankan operasional usahanya berjalan dengan baik dan benar. Tentu pada pelaksanaan pelayanan jasa ini pastilah memiliki kekurangan, dan perlu mendapatkan pengawasan secara berkelanjutan seperti kekhawatiran beberapa pihak bahwa jangan sampai produk yang ditawarkan PT Arminareka Perdana ini jadi penyimpangan, ataupun terjadi pelanggaran yang dilakukan oleh para mitra ataupun para pekerja penyelenggara haji dan umrah yang tidak bertanggung jawab. Seperti rencana calon jamaah akhirnya melenceng dari niat awal

⁵ Hasan Amar, "Begini Modus Bisnis MLM Umrah," <http://www.tempo.co.id>, Jumat, 28 maret 2014, diakses tanggal 1 Agustus 2017.

⁶ Mukhid, "Penjualan Langsung Berjenjang Jasa Layanan Umrah dan Haji Plus dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Multisitus PT Arminareka Perdana dan PT Reward Indonesia Madani Jakarta)," (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2015), Tesis tidak diterbitkan.

menjalankan ibadah menjadi menggaet calon jamaah baru untuk menjadi anggota (*downline*), padahal haji atau umroh itu yang menjadi tujuan utama.

Kekhawatiran yang ada tersebut juga dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan Taufik Rahman, dkk yang melakukan penelitian analisis produk *multilevel marketing* terhadap dua perusahaan travel haji dan umroh. Kesimpulan penelitian tersebut menjelaskan metode simulasi digunakan untuk memprediksi potensi yang mungkin timbul secara jangka panjang dari skema MLM Haji dan Umrah. Membuktikan skema MLM di PT Aminareka Perdana, PT Mitra Bisnis Mandiri dan PT Mitra Permata Mandiri berbahaya dan memiliki potensi resiko (*mudharat*) yang lebih besar. Hasil analisis menunjukkan bahwa MLM Haji dan Umrah mengandung unsur *ghahar* (ketidakpastian keberangkatan haji), *maysir* (spekulasi mendapatkan visa non kuota), dan adanya suap (*risywah*) dalam aplikasi visa haji. Kesimpulan dari kajian ini adalah MLM Haji banyak berpotensi merugikan umat, dan mengandung praktek-praktek bisnis yang tidak sehat dan tidak sesuai Syariah Islam. Kementerian Agama melalui Dirjen Haji dan Umrah harus mengambil tindakan tegas terhadap praktek MLM Haji dan Umrah yang merugikan umat.⁷

Hal lain yang dikhawatirkan dengan bentuk penjualan langsung berjenjang syariah (PLBS) haji dan umrah ini adalah penyimpangan praktek pemasaran yang dilakukan pihak mitra PT Arminareka Perdana. Jumlah agen atau mitra Arminareka yang terus melesat tiap tahun, namun keadaan ini tak dapat dikendalikan perusahaan. Akhirnya banyak agen atau mitra resmi Arminareka

⁷ Taufikur Rahman, Bhima Yudhistira Adhinegara, dkk, “Analisis Produk Multi Level Marketing Haji dan Umroh”. Syariah Corner Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Gajah Mada, <http://sharia.feb.ugm.ac.id/index.php/blog-artikel/penelitian/73-analisis-produk-multi-level-marketing-haji-umrah>. Diakses tanggal 13 November 2017.

Perdana kemudian melakukan penipuan secara individual sehingga menyimpang dari aturan syariah Islam yang sudah ditentukan oleh perusahaan. Salah satunya kasus dari seorang ibu warga Kediri, yang ditemui saat melakukan observasi penelitian. Seorang ibu tersebut merupakan jamaah yang bergabung pada salah satu mitra PT Arminareka Perdana sejak tahun 2014, karena impian beliau sangat besar untuk pergi ke Baitullah dan bujuk rayu dari seorang mitra, yang mendorong beliau mendaftar paket umrah dan sudah membayar uang DP sebesar Rp 3.500.000 dan beliau bergabung menjadi jamaah baru, namun belum bergabung menjadi mitra di PT Arminareka Perdana. Setelah pembayaran DP dan sudah melakukan cicilan beberapa bulan, beliau mendapat laporan dari PT Arminareka Perdana bahwa beliau ada salah satu bulan belum terbayarkan. Menurut pengakuan jamaah tersebut sudah membayarnya namun yang menjadi masalah bukti pembayarannya juga hilang, dan untuk menuntut pun tidak bisa, karena orang yang menjadi agen atau mitra tersebut sudah menghilang dan uang pembayarannya dititipkan oleh agen atau mitra tersebut. Karena masalah tersebut ibu itu tertunda keberangkatannya ke Tanah Suci.⁸

Bentuk penyimpangan dan pelanggaran yang terjadi harus menjadikan catatan tersendiri dan mendapatkan perhatian serius, apalagi jika sampai menyebabkan pelanggaran pidana tentu akan merugikan para jamaah. Maka sudah sepatutnya dalam pelaksanaan penjualan langsung berjenjang syariah (PLBS) perusahaan pusat wajib mengawasi dengan ketat pelaksanaan di setiap kantor perwakilan, jangan sampai dengan tujuan menggaet jamaah sebanyak -

⁸ Observasi, Jamaah PT Arminareka Perdana Perwakilan Kediri, Wawancara Tanggal 03 September 2017.

banyaknya namun mengesampingkan mutu pelayanan, keamanan, dan kepastian keberangkatan para jamaah.

Namun tidak semua mitra PT Arminareka Perdana melakukan penipuan, yang membuat para jamaah ragu untuk bergabung. Seperti yang dituturkan salah satu jamaah atau mitra yang ditemui peneliti ketika melakukan observasi menjelaskan sebagai berikut:

“Saya sudah bergabung di Arminareka Perdana selama satu tahun, saya belum berangkat ke tanah suci. Dengan bergabung di Arminareka saya merasa terbantu karena dengan uang DP untuk umrah atau haji tidak terlalu besar, membuat impian saya untuk berangkat bersama keluarga tercapai, saya juga bisa mengajak saudara-saudara saya untuk bergabung dengan PT Arminareka perdana, sehingga saya mendapatkan poin. Saya percaya dengan Arminareka karena dulu diajak tetangga ikut bergabung ketika ada seminar satu tahun yang lalu. Mendengar penjelasan ketika seminar jadi mantep untuk bergabung dan menjalankan usaha sebagai mitra begitu”.⁹

Praktek pemasaran agen atau mitra yang dijalankan pada PT Arminareka Perdana Perwakilan Kediri ini cukup menarik untuk dikaji lebih lanjut, adanya transformasi aktivitas ritual beragama dalam ruang ekonomi Islam yang dibangun dalam pelaksanaan ibadah haji dan umrah patut mendapat apresiasi. Pendekatan sistem praktek pemasaran *multi level marketing* (MLM) yang digunakan ternyata cukup ampuh menarik minat masyarakat bergabung dengan perusahaan ini. Hal tersebut ditunjang dengan promosi yang sangat masif lewat media konvensional ataupun media sosial, melakukan seminar berskala besar setiap bulan menjadikan perusahaan ini mudah dikenal luas masyarakat, namun efeknya tentu terhadap jumlah jamaah yang nantinya akan menjadi mitra akan semakin membesar. Maka diperlukan pengawasan serius terhadap para mitra

⁹ Titin Priyanti, Jamaah atau Mitra PT Arminareka Perdana Perwakilan Kediri, Wawancara Tanggal 3 September 2017.

yang akan menjaring calon jamaah lainnya, sehingga tidak terjadi penyimpangan atau penipuan yang akan merugikan para jamaah nantinya.

Atas dasar paparan data disertai latar belakang permasalahan di atas, maka penulis berkeinginan untuk mengkaji lebih jauh tentang praktek pemasaran agen atau mitra yang dilakukan perusahaan PT Arminareka Perdana Perwakilan Kediri ini, apakah sudah dijalankan dengan baik dan benar sesuai ketentuan yang berlaku dengan menitik beratkan pada sisi marketing syariah, penelitian ini akan mengambil judul, “Praktek Pemasaran Agen Atau Mitra PT Arminareka Perdana Perwakilan Kediri Ditinjau Dari Marketing Syariah”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan paparan latar belakang masalah di atas maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Praktek Pemasaran Agen atau Mitra PT Arminareka Perdana Perwakilan Kediri?
2. Bagaimana Praktek Pemasaran Agen atau Mitra PT Arminareka Perdana Perwakilan Kediri ditinjau dari Marketing Syariah?

C. Tujuan Penelitian

Atas dasar rumusan masalah yang sudah ditetapkan, maka pada penelitian ini tujuan penelitian ditetapkan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Praktek Pemasaran Agen atau Mitra PT Arminareka Perdana Perwakilan Kediri.

2. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis Praktek Pemasaran Agen atau Mitra PT Arminareka Perdana Perwakilan Kediri ditinjau dari Marketing Syariah.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang diharapkan dari hasil penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Bagi tempat penelitian

Sebagaimana perjalanan sebuah usaha, maka sebagai entitas usaha maka biro haji dan umrah sudah seharusnya terus berbenah dan merespon kebutuhan calon jamaah yang terus menuntut akan kemudahan dalam memakai jasa haji dan umrah. Pada aspek marketing syariah sendiri, penerapan model penjualan langsung berjenjang memang hal baru pada beberapa tahun belakang mengikuti perkembangan yang ada, perlu pengawasan yang ketat terhadap jaringan mitra *upline* dan *downline* karena sistem ini memiliki kelemahan yang tentu saja berbahaya jika ada celah perilaku menyimpang di masa yang akan datang.

2. Bagi akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi ilmu pengetahuan khususnya pada kajian marketing syariah, dorongan dan pergeseran ekonomi global kepada produk syariah, yang seharusnya mendapatkan respon balik para sarjana muslim yang konsen pada kajian marketing syariah, terutama menyangkut bisnis travel haji dan umrah yang memiliki potensi besar serta

pasar yang terus berkembang, menuntut pemikiran-pemikiran yang aktual dan solutif dari para ahli dan pakar untuk mengatasi permasalahan tersebut.

3. Bagi penelitian lanjutan

Hasil penelitian ini tentu saja jauh dari kata sempurna dan tuntas, semoga karya kecil ini dapat digunakan sebagai referensi lanjutan yang dapat memperkaya data serta memberikan perbandingan dalam melakukan penelitian pada bidang yang sama.

E. Telaah Pustaka

Sebelum melakukan penulisan skripsi ini penulis terlebih dahulu meninjau beberapa penelitian terdahulu sebagai langkah akademis untuk mengupdate relevansi penelitian dengan referensi yang ada, diantara karya ilmiah yang membahas tema yang sama dengan penelitian ini sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan Hening Rahma Nilasari tahun 2011 dengan judul "*Implementasi Syariah Marketing Pada Bank Muamalat Indonesia (BMI) Cabang Pekalongan*". Penelitian ini menggunakan analisis analitik yang akan digunakan untuk menarik kesimpulan dari data yang diperoleh yang dalam hal ini akan menggambarkan bagaimana implementasi *Syariah Marketing* di Bank Muamalat Indonesia (BMI) Cabang Pekalongan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan *Syariah Marketing* di Bank Muamalat Indonesia (BMI) Cabang Pekalongan telah sesuai dengan nilai-nilai syariah meski belum sepenuhnya didasarkan pada konsep *Syariah Marketing* secara teoritis. Hal ini dikarenakan faktor SDM yang mayoritas bukan berasal dari perguruan tinggi Islam yang mana mengupas nilai-nilai syariah dalam berbagai dimensi ilmu.

Pada tahun 2008 Arina Haqan menulis karya ilmiah dengan judul “*Marketing Plan dalam Multi Level Marketing (MLM) Haji di PT Mitra Permata Mandiri Jakarta dalam Perspektif Hukum Islam*”. Hasil penelitian ini menyimpulkan: Prespektif hukum Islam, bisnis yang dijalankan oleh PT Mitra Permata Mandiri ini jauh dari ketentuan hukum Islam. Baik dari segi kerja sama yang tidak transparan dalam hal pengelolaan dana dan distribusi bagi hasilnya. Selain itu, upah atau komisi yang diberikan juga mengandung unsur garar, karena bentuk kerjanya tidak konkrit dan tidak jelas. Dan juga unsur *gharar* dari usaha ini adalah apabila nasib anggota paling bawah (terakhir) tidak diketahui secara pasti kapan dia akan melaksanakan ibadah haji atau umrah yang menjadi tujuan awal jika ternyata PT Mitra Permata Mandiri *collaps*.

Selanjutnya penelitian Ibnu Rijal Silmi, dengan judul “*Analisis Sistem Pemasaran Langsung Berjenjang Syariah PT Arminareka Perdana*”. Hasil penelitian ini membuktikan adanya ketidaksesuaian operasional yang dilakukan perwakilan sebagai mitra bisnis PT Arminareka Perdana. Secara garis besar sistem pemasaran PT Arminareka Perdana Jakarta sudah sesuai ketentuan dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia.

Penelitian yang dilakukan tahun 2012 oleh Indah Fitriani Sari dengan judul “*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Pembiayaan Haji dan Umrah Melalui Sistem Marketing di PT Arminareka Perdana Yogyakarta*”. Hasil penelitian ini Setelah penyusun meneliti terhadap sistem pembiayaan Haji dan Umroh di PT Arminareka Perdana, program tersebut memang merupakan sistem pemasaran yang menggunakan strategi *multi level marketing* (MLM). Akan tetapi sisi negatif yang terdapat pada sistem *multi level marketing* (MLM) tidak mewakili

keharaman secara keseluruhan terhadap seluruh bisnis yang berbasis *multi level marketing* (MLM) lainnya. Setelah membandingkan program solusi dengan sisi keharaman yang terdapat pada bisnis *multi level marketing* (MLM) dapat diketahui, bahwa tidak terdapat sisi keharaman bisnis *multi level marketing* (MLM) di dalam program solusi tersebut. Dengan tidak terdapatnya sisi keharaman yang terdapat pada bisnis *multi level marketing* (MLM) pada program solusi tersebut, maka program solusi yang ditawarkan PT Arminareka Perdana tidak melanggar dari aturan-aturan hukum Islam.

Berbeda dengan empat penelitian diatas yang sebagian besar mengacu pada kajian hukum Islam, hanya satu yang membahas marketing syariah namun basis penelitian berada di perbankan sedangkan pada penelitian ini mengkaji pada domain marketing syariah, dimana skema model bisnis PT Arminareka Perdana yang membuka peluang bisnis bagi jamaah yang ingin menjadi mitra bisnis mereka dengan ketentuan-ketentuan yang jelas serta sesuai dengan landasan hukum Islam dan hukum negara.

Penelitian ini akan mengkaji dengan seksama capaian yang sudah dilakukan PT Arminareka Perdana Kediri yang sudah cukup lama berdiri, bagaimana praktek pemasaran penyelenggaraan pelayanan jasa haji dan umrah para jamaah sekaligus menjadi mitra bisnis perjalanan sehingga dapat mengantarkan para jamaah haji dan umrah di area kediri dan sekitarnya pergi ke tanah suci.