

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Dunia usaha merupakan penggerak pembangunan ekonomi yang harus peka dan selalu tanggap terhadap perubahan-perubahan yang terjadi dipasar, mengingat pengembangan pasar dewasa ini melaju dengan pesat. Dalam situasi dan keadaan ini adalah terjadinya perubahan-perubahan dalam orientasi pemasaran, namun apa yang menjadi tujuan dasar dari kegiatan pemasaran tidak mengalami perubahan, yaitu bagaimana menciptakan pertukaran, nilai tambah dan pertumbuhan perusahaan.

Perubahan-perubahan tersebut diakibatkan oleh karena kemajuan-kemajuan di bidang teknologi dan laju pertumbuhan ekonomi yang semakin meningkat. Perusahaan dapat saja menciptakan produk dengan mutu yang lebih baik dan terjamin namun dapat saja ditiru oleh perusahaan lain yang memproduksi produksi sejenis serta dengan mudah dapat didistribusikan. Dilain pihak konsumen pun dibanjiri dengan berbagai informasi dari berbagai macam produk yang sejenis yang mempunyai standar kategori yang sama baiknya. Inilah yang menyebabkan perusahaan perlu menetapkan orientasi yang berdasarkan kepada kebutuhan dan keinginan konsumen agar tujuan yang telah ditetapkan dapat dicapai.

Keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produk-produknya sangat bergantung pada kiat-kiat dan strategi pemasaran yang dilakukan karena dengan penerapan strategi pemasaran yang tepat perusahaan dapat

menciptakan dan memelihara serta mengembangkan permintaan konsumen secara mantap dan berkesinambungan. Guna mempercepat penyampaian barang dan jasa yang dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam waktu, jumlah dan kualitas yang tepat, maka aktivitas pemasaran mempunyai peran yang sangat penting. Rasulullah sangat memotivasi ummatnya untuk berbisnis, karena berbisnis adalah cara yang paling cepat mendatangkan rezeki. Hal ini di buktikan dengan adanya beberapa perintah untuk berbisnis dengan cara yang benar.¹

Salah satu pola bisnis yang mempercepat penyampaian barang atau jasa adalah bisnis dengan metode MLM (*Multi Level Marketing*) yang merupakan metode pemasaran barang (produk atau jasa tertentu) yang memberi kesempatan kepada para konsumen untuk turut terlibat secara aktif sebagai penjual dan memperoleh keuntungan di dalam garis kemitraannya. Bisnis MLM merupakan bisnis yang bergerak di sektor perdagangan atau jasa yang menggunakan sistem MLM sebagai strategi bisnisnya.

Perkembangan industri bisnis MLM di Indonesia memberi dampak positif bagi kemajuan perekonomian nasional. Masyarakat yang memperoleh sumber penghidupan melalui industri ini sekurang-kurangnya berjumlah 4,5 juta jiwa dan akan bertambah lagi. Sayangnya, prestasi ini sering kali kurang mendapat apresiasi yang positif di masyarakat.

Kurangnya apresiasi tersebut disebabkan karena maraknya praktek ilegal

¹Mariyudi, "Analisis strategi pemasaran dan Posisi Produk Perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) (Studi Kasus terhadap produk Tupperware pada PT medan Angkasa Raya)", *Aplikasi Manajemen*, 1 (April, 2007), 139.

yang telah merugikan banyak orang dengan mengatasnamakan MLM sebagai kedok usahanya, sehingga mencoreng citra industri bisnis MLM itu sendiri.²

Masyarakat yang menjadi korban akibat dari praktik-praktik ilegal tersebut diperkirakan sudah mencapai puluhan ribu jiwa dengan total kerugian mencapai puluhan triliun rupiah. Para korban maupun masyarakat yang hanya mengetahui berita-berita terungkapnya kasus penipuan berkedok MLM melalui media massa umumnya tidak mengetahui perbedaan antara bisnis MLM dengan bisnis berkedok MLM, sehingga cenderung menyamaratakan keduanya. Bahkan, kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai karakteristik bisnis MLM murni telah dimanfaatkan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab demi memperkaya diri sendiri. Keadaan ini berlangsung selama puluhan tahun di Indonesia, sehingga menghilangkan legalitas bisnis MLM dalam pemahaman masyarakat.³

Tidak sedikit masyarakat yang sangat anti jika mendengar istilah MLM, meskipun tidak dapat dipungkiri ada beberapa usaha MLM yang diakui keabsahannya dan mulai berkembangnya sistem syari'ah. Beberapa usaha MLM Syari'ah yang dikenal baik dan sudah mendapat sertifikat syari'ah dari DSN-MUI seperti PT Herba Penawar Alwahida Indonesia, PT UFO BKB Syari'ah dan PayTren. Karena usahanya telah berlangsung

²Anita Rahmawaty, "Bisnis Multilevel Marketing Dalam Perspektif Islam", *Multilevel marketing, Bisnis, hukum Islam*, 1 (Juni, 2014), 69-70.

³Kuswara, *Mengenal MLM Syari'ah*, (Depok: Qultum Media, 2005), 21-22.

selama bertahun-tahun dan produknya pun memang sangat diterima di masyarakat.⁴

Produk PayTren dipasarkan dengan metode jaringan pemasaran yang dikembangkan melalui kerjasama kemitraan atau multi level marketing syari'ah. PT. Veritra Sentosa Internasional (Treni) membangun bisnis melalui konsep jejaring kemitraan yang berbasis komunitas lintas agama, suku, budaya dan sosial dalam satu naungan bernama komunitas PayTren.⁵Salah satu komunitas ada di kediri yaitu jaringan Para Mitra Cerdas. Jaringan Para Mitra Cerdas yang berada di kediri ini, merupakan kumpulan para mitra bisnis dan mengembangkan bersama-sama bisnis PayTren.

Jaringan ini tergolong baru sejalan dengan baru *booming* dibicarakan oleh masyarakat Kediri. Akan tetapi pengguna PayTren yang di ketuai oleh Bahruddin sudah mencapai 2000 an yang tersebar dari seluruh Indonesia bahkan dari luar negeri juga. Dan ditengah pemikiran masyarakat luas bahwa MLM itu bisnis ilegal dan penuh unsur hal negatif, jaringan Para Mitra Cerdas ini mampu berkembang secara pesat bahkan pertumbuhannya bisa mendahului jaringan yang sudah lebih dulu terbentuk. Adapun metode dan teknik pemasaran yang dikembangkan di

⁴“Daftar Perusahaan Penjualan Langsung Berjenjang Syari'ah”, *DSN-MUI Dewan Syari'ah Nasional- Majelis Ulama' Indonesia*, <https://dsnmui.or.id/daftar-perusahaan-penjualan-langsung-berjenjang-syariah/>, diakses tanggal 7 agustus 2017.

⁵“Kode Etik PayTren”, *PayTren*, <http://www.treni.co.id>, diakses tanggal 15 juli 2017.

jaringan ini; Kumpul Sinau Bareng yang didalamnya ada prinsip SAYa, kemudian Home Sharing yang didalamnya ada metode FAST dan Pareto.⁶

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk membahas lebih mendalam terkait masalah bagaimana “**PENERAPAN PEMASARAN SYARI’AHPADA BISNIS *MULTI LEVEL MARKETING* SYARI’AH (Studi Kasus di PayTren Jaringan Para Mitra Cerdas Kota Kediri)”**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang telah dipaparkan diatas, maka fokus dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana praktik pemasaran syari’ah Kumpul Sinau Bareng pada bisnis *Multi Level Marketing* Syari’ah di PayTren jaringan Para Mitra Cerdas Kota Kediri?
2. Bagaimana praktik pemasaran syari’ah *Home Sharing* pada bisnis *Multi Level Marketing* Syari’ah di PayTren jaringan Para Mitra Cerdas kota kediri?

C. Tujuan Penelitian

Mengacu pada fokus penelitian diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui praktik pemasaran syari’ah Kumpul Sinau Bareng pada bisnis *Multi Level Marketing* Syari’ah di PayTren jaringan Para Mitra Cerdas Kota Kediri.

⁶Bahrudin, Dosen Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri, Kediri, 12 agustus 2017.

2. Untuk mengetahui praktik pemasaran syari'ah *Home Sharing* padabisnis *Multi Level Marketing* Syari'ah di PayTren jaringan Para Mitra Cerdas kota kediri.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Untuk menambah khazanah wawasan pengetahuan tentang Ekonomi Islam khususnya dalam Penerapan pemasaran syari'ahpada bisnis *Multi Level Marketing* Syari'ah di jaringan Para Mitra Cerdas Kota Kediri. Selain itu juga, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada program strata satu (S1) pada jurusan Ekonomi Syari'ah STAIN Kediri.

2. Bagi STAIN Kediri

- a. Untuk menambah khazanah keilmuan perpustakaan STAIN Kediri.
- b. Sebagai wadah dalam mengembangkan ilmu pengetahuan Ekonomi Islam Mahasiswa, Khususnya tentang penerapan pemasaran syari'ah pada bisnis *Multi Level Marketing* Syari'ah di PayTren jaringan para mitra cerdas kota kediri.

3. Bagi pembaca atau mahasiswa STAIN Kediri

- a. Menumbuhkan kesadaran bagi pembaca akan pentingnya penerapan pemasaran syari'ahpada bisnis *Multi Level Marketing* Syari'ah.

- b. Menumbuhkan kesadaran bagi mahasiswa Stain Kediri khususnya mahasiswa Ekonomi Syari'ah untuk lebih memaksimalkan keilmuannya untuk kepentingan sosial (masyarakat).

E. Telaah Pustaka

Penelitian yang terkait dengan penelitian ini yaitu pada skripsi atas nama Ibnu Rijal Silmi skripsi yang berjudul “Analisis Sistem Pemasaran Penjualan Langsung Berjenjang Syari'ah (PLBS) Pada PT. Arminareka Perdana Jakarta”, menjelaskan bahwa sistem PLBS sudah merambah kedalam perusahaan penyelenggaraan perjalanan ibadah umrah dan haji plus. Dengan menggunakan sistem ini peningkatan jumlah jamaah umrah/haji pada perusahaan tersebut mengalami perkembangan yang pesat dan menjadikan PT. Arminareka Perdana sebagai Travel Penyelenggara umrah dan haji plus pertama terbanyak dalam memberangkatkan jamaah dari seluruh travel di indonesia.⁷

Kemudian, dalam skripsi dengan judul Strategi Pemasaran Pabrik Roti Naf'a Bakery Dusun Pandan Desa Cunggu Kecamatan Badas Kabupaten Kediri ditinjau Dari *Syari'ah Marketing* yang ditulis oleh Ahmad Mujab menyatakan bahwa Pabrik ini telah menerapkan segmentasi pasar yang luas, targeting pasar yang menyeluruh serta positioning pasar yang baik. Akan tetapi belum sepenuhnya mengamalkan

⁷Ibnu Rijal Silmi, *Analisis Sistem Pemasaran Penjualan Langsung Berjenjang Syari'ah (PLBS) Pada PT. Arminareka Perdana Jakarta*, Skripsi diajukan untuk memperoleh gelar S.Kom.I Pada Fakultas Ilmu Dakwah dan Komunikasi Program Studi Manajemen Dakwah UIN Syarif Hidayatullah Jakarta 2013, 3.

karakteristik *syari'ah marketing* namun promosi pabrik sudah sesuai dengan nilai eistis.⁸

Sedangkan penelitian lain yang terkait selain penelitian diatas yaitu penelitian skripsi atas nama Heru Fernando Amri yang berjudul “Penerapan Prinsip Syari’ah Dalam Bidang Usaha Multi Level Marketing (MLM) Pada PT UFO BKB Syari’ah Cabang Padang”, menjelaskan bahwa di dalam masyarakat sistem bisnis *multi level marketing* banyak yang memandang pro dan kontra. Dimana saat ini mereka belum seutuhnya menerapkan sistem bisnis MLM pada PT UFO BKB Syari’ah cabang Padang.⁹

Kemudian penelitian lain yang terkait selain penelitian serupa diatas adalah penelitian skripsi atas nama Khamidah yang berjudul “Bisnis Multi Level Marketing (MLM) PayTren dalam Perspektif Ekonomi Syari’ah; Studi Kasus di Distributor Center PayTren Kediri”, yang menjelaskan tentang Bisnis Multi Level Marketing yaitu PayTren di Distributor Center Kediri secara teori produksi, distribusi, dan perilaku konsumsi sesuai islam. Karena disinyalir dalam praktek bisnis ini tidak sesuai dengan ekonomi syari’ah dan kemudian diteliti dengan landasan

⁸ Ahmad Mujab, *Strategi Pemasaran Pabrik Roti Naf'a Bakery Dusun Pandan Desa Canggung Kecamatan Badas Kabupaten Kediri Ditinjau Dari Syari'ah Marketin*, Skripsi diajukan untuk memperoleh gelar S.E Pada Jurusan Syari'ah program Studi Ekonomi Syari'ah STAIN Kediri 2012, 78.

⁹Heru Fernando Amri, *Penerapan Prinsip Syari'ah Dalam Bidang Usaha Multi Level Marketing (MLM) Pada PT UFO BKB Syari'ah Cabang Padang*, Skripsi diajukan untuk memperoleh gelar S.H Pada Fakultas Hukum Program Kekhususan Hukum Perdata Bisnis Universitas Andalas Tahun 2017, 6.

teori *Multi Level Marketing* Syari'ah dan teori produksi, distribusi, dan konsumsi dalam islam.¹⁰

Dengan demikian, penulis menegaskan bahwa penelitian tentang penerapan pemasaran syari'ah pada bisnis *multi level marketing* syari'ah (Studi kasus di PayTren jaringan Para Mitra Cerdas di kota Kediri) berbeda dengan penelitian yang sebelumnya. perbedaannya adalah terletak pada fokus, produk dan landasan teori, fokus penelitian yang penulis lakukan disini adalah pada Penerapan Pemasaran Syari'ah pada bisnis *Multi Level Marketing* Syari'ah pada PayTren jaringan Para Mitra Cerdas. Kemudian penelitian ini menggunakan landasan teori pemasaran syari'ah dan *multi level marketing* syari'ah.

¹⁰ Khamidah, *Bisnis Multi Level Marketing (MLM) PayTren dalam Perspektif Ekonomi Syari'ah; Studi Kasus di Distributor Center PayTren Kediri*, Skripsi diajukan untuk memperoleh gelar S.E pada Jurusan Syari'ah program studi Ekonomi Syari'ah STAIN Kediri 2017, 5.