

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era ini, jaringan jaringan bisnis penjualan langsung (*direct selling*) MLM, terus semakin marak dan banyak diminati orang, lantaran perdagangan dan muamalah dengan sistim MLM ini menjanjikan kekayaan yang melimpah tanpa banyak modal dan tidak begitu ribet. Jenis bisnis ini tumbuh pesat sehingga keberadaannya mengalahkan bisnis tradisional yang mengandalkan pertemuan langsung antara penjual dan pembeli. *Multilevel marketing* keberadaannya untuk saat ini sangat menarik dikarenakan perkembangan usahanya.¹

Dalam dasawarsa terakhir ini, dengan hubungan, jaringan internet, dan teknologi-teknologi yang semakin meluas, kita menyaksikan banyak kesempatan untuk menuai pendapatan. Sayangnya, kesempatan-kesempatan ini kadang-kadang telah menimbulkan banyak problematika di tengah kehidupan masyarakat luas. Perniagaan elektronik adalah sebuah kosa kata yang sudah kita dengar dalam kehidupan sehari-hari. Perniagaan ini telah memudahkan urusan perniagaan kita dan mempermudah hubungan kita dengan seantara dunia. Di samping itu, fenomena ini juga banyak mewujudkan perubahan dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu perubahan

¹Kuswara, *Mengenal MLM Syariah Dari Halal Haram, Kiat Berwirausaha, Sampai dengan Pengelolaannya*, (Depok: QultumMedia, Cet.I, 2005),17.

ini adalah kelahiran *network marketing*. Kosa kata ini tentu sangat berbeda dengan *electronic marketing*.²

Pemain yang terjun di dunia MLM yang memanfaatkan momentum dan situasi krisis untuk menawarkan solusi bisnis pemain asing maupun lokal. Yang sering disebut masyarakat misalnya CNI, *Amway*, *Avon*, *Tupperware*, *Sunchorella*, *DXN*, dan *Propolis Goldserta* yang berlabel syariah atau Islam (meskipun saat ini pemerintah menyiapkan system mekanisme, dan kriteria untuk penerbitan sertifikasi bisnis syariah termasuk MLM, yaitu seperti *Ahad Net*, *Kamyabi-Net*, *Persada Network*, dan lain-lain).³

Untuk MLM sejenis ini banyak sekali yang harus dikritisi secara syariah. Mengenai jenis usahanya, akad pengelola *multi level marketing*, transparansi keuntungan dan pembagiannya.

Pada dasarnya setiap kegiatan muamalah hukumnya diperbolehkan. Hal ini berdasarkan beberapa kaidah fiqih yang berbunyi:

أَلْأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَةِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يُدَلَّ الدَّلِيلُ عَلَى تَحْرِيمِهَا

Artinya: “pada dasarnya semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkan”.⁴

Maksudnya adalah setiap kegiatan muamalah itu boleh dilakukan, selama tidak ada dalil-dalil yang mengharamkan ataupun yang memakruhkannya.

²Cahyo Pramono, “Dirrect Selling (Marketing)” <http://www.cahyopramono.com> (06 Maret 2016)

³<http://www.apli.or.id.Sumberhttp://www.mlm-Indonesia.blogspot.com2007/11/anggota-apli.html>, (07 Maret 2016).

⁴ Walid bin Rasyid Sa’idan, *Qawaid al-Buyu’ wa Faraaid al-Furu’* (t.t: t.p., t.th.), lihat juga Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2013), 6.

Seperti halnya, usaha MLM tidak dapat dikatakan halal atau haram, namun semua tergantung pada praktik bisnisnya di lapangan.

Berikut ini, beberapa poin menurut fatwa DSN MUI dan menurut peraturan menteri perdagangan RI yang harus diterapkan dalam menjalankan bisnis MLM. Menurut fatwa DSN MUI poin yang harus diperhatikan yakni:

Ketentuan hukum fatwa DSN MUI:

1. Adanya obyek transaksi riil yang diperjual belikan 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. Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur *gharar, maysir, ribā, qarar, zulm*, maksiat.
4. Tidak ada kenaikan harga/biaya yang berlebihan (*excessive mark-up*), sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas / manfaat yang diperoleh.
5. Komisi yang 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.
6. 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.
7. Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa.
8. Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan *ighra'*.
9. Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus anggota pertama dengan anggota berikutnya.
10. Sistem perekrutan keanggotaan, bentuk penghargaan dan acara seremonial yang dilakukan tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan akidah, syariah dan akhlak mulia, seperti syirik, kultus, maksiat dan lain-lain.
11. Setiap mitra usaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya tersebut.

12. Tidak melakukan kegiatan *money game*.⁵

Dalam ketentuan hukum fatwa DSN MUI tersebut dijelaskan bahwa tidak boleh adanya komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara regular tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa. Akan tetapi dalam praktek penyelenggaraan kegiatan usaha perdagangan dengan sistem penjualan langsung di PT. Duta *Network* Indonesia ini banyak permasalahan-permasalahan yang membuat penulis ingin mengkaji atau menganalisa bisnis ini dari sudut pandang fatwa DSN MUI dan Peraturan Menteri Perdagangan. Diantaranya, adanya *up line* yang tidak atau kurang bertanggung jawab, tidak membimbing *down line* nya, hal ini akan menyebabkan terjadinya komisi pasif. Padahal di dalam fatwa DSN MUI sudah jelas tidak boleh adanya komisi pasif, dalam praktek penyelenggaraan kegiatan usaha perdagangan dengan sistem penjualan langsung di PT. Duta *Network* Indonesia juga banyak komisi yang tidak jelas datangnya dari mana, pengelolaan uangnya seperti apa.

Untuk meraih kesuksesan dalam mengarungi samudera kehidupan dan sampai ke pelabuhan hidup yang kita tuju, kita memerlukan bantuan orang-orang disekeliling kita. Kita dengan kata lain, sukses selalu merupakan usaha dari tim, bukan semata mata karena kemampuan diri kita sendiri .

Sayangnya, kita sering melupakan hal ini dan lalai memelihara jaringan yang kita bangun, kita lalai dengan kontrak profesional kita. Terkadang kita malah menarik diri dari perkumpulan dan sangat sedikit menyisihkan waktu

⁵Ibid, 813-814.

untuk memelihara jaringan kehidupan kita, tak jarang jika kemudian jaringan yang sudah terbentuk pun malah hilang entah kemana, tidak terpelihara.

Bahwa tidak hanya uang, uang gagasan atau antusiasme, melainkan adanya orang lain yang ikut memberikan sumbangsi kontak, uang, gagasan, dan antusiasme memang penting dan harus ada, tetapi semua itu tidak cukup kalau kita tidak mempunyai orang yang dapat kita andalkan. Ketentuan umum peraturan menteri perdagangan RI yakni:

1. Penjualan langsung (*Dirrect Selling*) adalah metode penjualan barang dan/ atau jasa tertentu melalui jaringan pemasaran yang dikembangkan oleh mitra usaha yang bekerja atas dasar komisi dan/ atau bonus berdasarkan hasil penjualan kepada konsumen diluar lokasi eceran tetap.
2. Barang adalah setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.
3. Jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi untuk dimanfaatkan oleh konsumen.
4. Mitra usaha adalah anggota mandiri jaringan pemasaran atau penjualan yang berbentuk badan usaha atau perseorangan dan bukan merupakan bagian struktur organisasi perusahaan yang memasarkan atau menjual barang dan/atau jasa kepada konsumen akhir secara langsung dengan mendapatkan imblan berupa komisi dan/ atau bonus atas penjualan.
5. Komisi atas penjualan adalah imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra usaha yang besarnya dihitung berdasarkan hasil kerja nyata, sesuai *volume* atau nilai hasil penjualan barang dan/ atau jasa, baik secara pribadi maupun jaringannya.
6. Bonus atas penjualan adalah tambahan imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra usaha karena berhasil melebihi tarjet penjualan barang dan/ atau jasa yang ditetapkan oleh perusahaan.
7. Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/ atau jasa, baik untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diprdagangkan.
8. Program pemasaran (*marketing plan*) adalah program perusahaan dalam memasarkan barang dan/ atau jasa yang akan dilaksanakan dan dikembangkan oleh mitra usaha melalui jaringan pemasaran dengan bentuk pemasaran satu tingkat, pemasaran multi tingkat.
9. Jaringan pemasaran terlarang adalah kegiatan usaha dengan nama atau istilah apapun dimana keikutsertaan mitra usaha berdasrakan

pertimbangan adanya peluang untuk memperoleh imbalan yang berasal atau didapatkan terutama dari hasil partisipasi orang lain yang bergabung kemudian atau sesudah bergabungnya mitra usaha tersebut, dan bukan dari hasil kegiatan penjualan barang dan/ atau jasa.⁶

Sedangkan dalam peraturan menteri perdagangan RI tidak ada kalimat tersurat yang mengatur tentang adanya komisi pasif dalam sistem kerja MLM atau penjualan langsung berjenjang, dalam ketentuan umum peraturan menteri perdagangan RI semata-mata hanya bekerja atas dasar komisi atau bonus tanpa memperhatikan tanggung jawab dalam pembinaan mitra usaha yang direkrut.

Disinilah perlunya keterampilan mencari dan membangun jaringan, sebuah keterampilan untuk meraih kesuksesan dalam hidup kita. Sebuah keterampilan yang sangat penting, apalagi bagi orang-orang yang kini tengah menggeluti bisnis berbasis jaringan, pengetahuan ini menjadi sesuatu hal yang mutlak untuk dikuasai. Rasulullah mengatakan “Jika engkau ingin dunia maka engkau harus tau ilmunya, jika engkau ingin akhirat maka engkau harus tau ilmunya, dan jika engkau menginginkan keduanya maka engkau juga harus tau ilmunya.”

Perbedaan ketetapan antara fatwa DSN MUI dengan peraturan menteri perdagangan RI mengenai komisi pasif dalam sistem penjualan langsung, membuat tertarik untuk mengkaji lebih dalam lagi tentang komisi pasif dalam sistem penjualan langsung. Dan dari latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka peneliti untuk mengkaji dan meneliti masalah dengan judul Studi Komparasi Antara Fatwa DSN MUI No: 75/DSN MUI /VII/2009 Dan Peraturan

⁶https://id.wikipedia.org/wiki/Kementerian_Perdagangan_Republik_Indonesia.

Menteri Perdagangan RI Nomor: 32/M-DAG/PER/8/2008 Terhadap Kegiatan Usaha Perdagangan Dengan sistem Penjualan Langsung PT. Duta *Network* Indonesia.

B. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah

Identifikasi masalah merupakan penyajian terhadap kemungkinan-kemungkinan beberapa cakupan yang dapat muncul dengan mengidentifikasi dan inventarisasi sebanyak mungkin yang diduga sebagai masalah.⁷Dari latar belakang masalah di atas dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Sistem penjualan langsung (*Direct Selling*) PT. Duta Netwok Indonesia
2. Penyelenggaraan kegiatan usaha perdagangan dengan sistem penjualan langsung menurut Fatwa DSN MUI
3. Penyelenggaraan kegiatan usaha perdagangan dengan sistem penjualan langsung Menurut Peraturan Menteri Perdagangan
4. Ketentuan dalam pembagian komisi atau bonus yang diberikan oleh PT. Duta *Network* Indonesia kepada mitra usaha
5. Perbedaan dan persamaan dalam praktik penyelenggaraan kegiatan usaha perdagangan dengan sistem penjualan langsung antara fatwa DSN MUI dan peraturan menteri perdagangan RI.

⁷Tim Penyusun Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Sunan Ampel Surabaya, *Petunjuk Teknis Penulisan Skripsi Edisi Revisi*, (Surabaya : Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Sunan Ampel Surabaya, 2014), 8.

6. Perbedaan dan persamaan antara fatwa DSN MUI dan peraturan menteri perdagangan RI terhadap komisi pasif

Dari beberapa permasalahan yang ada di atas, ada yang perlu dikaji dengan menetapkan batasan-batasan masalah sebagai berikut:

- a. Sistem penjualan langsung perusahaan Duta *Network* Indonesia.
- b. Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan Dengan Sistem Penjualan Langsung Menurut Fatwa DSN MUI NO: 75/DSN MUI/VII/2009.
- c. Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan Dengan Sistem Penjualan Langsung Menurut Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor : 32/M-DAG/PER/8/2008.

C. Rumusan Masalah

Dalam rangka mempermudah pembahasan dalam penelitian berdasarkan paparan latar belakang, indentifikasi dan batasan masalah di atas maka peneliti merumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Praktek Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan Dengan Sistem Penjualan Langsung Di PT. Duta *Network* Indonesia?
2. Bagaimana Tinjauan Fatwa DSN MUI No: 75/DSN MUI/ VII/2009 terhadap Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan Dengan Sistem Penjualan Langsung di PT. Duta *Network* Indonesia?
3. Bagaimana Tinjauan Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor : 32/M-DAG/PER/8/2008 terhadap Penyelenggaraan Kegiatan Usaha

Perdagangan Dengan Sistem Penjualan Langsung di PT. Duta *Network* Indonesia?

D. Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan suatu deskripsi singkat tentang kajian/penelitian yang pernah diteliti sehingga terlihat jelas letak perbedaan dengan kajian yang akan dilakukan, dengan tujuan menghindari duplikasi atau pengulangan kajian/penelitian yang sudah ada.⁸

Dari hasil pengamatan peneliti tentang kajian-kajian maupun penelitian sebelumnya, ditemukan beberapa kajian maupun penelitian sebagai berikut:

1. Skripsi yang ditulis oleh Arina Haqan yang berjudul “*Marketing Plan* Dalam Multilevel Marketing Haji PT. Mitra Permata Mandiri Jakarta Dalam Prespektif Hukum Islam”. Skripsi ini menjelaskan tentang mekanisme *marketing plan* di PT. Mitra Permata Mandiri yang konsep kerja samanya adalah mudharabah, tetapi tidak dijelaskan berapa besar bagi hasil yang akan didapatkan dari perserikatan tersebut, hanya dijelaskan komisi yang akan didapatkan setiap berhasil mendapatkan anggota baru. Menurut penulis bisnis yang dijalankan oleh PT. Mitra Mandiri jauh dari ketentuan Hukum Islam, baik dari segi kerjasama yang tidak transparan dalam hal pengelolaan dana dan distribusi bagi hasilnya. Selain itu, upah/komisi yang diberikan juga mengandung *gharar*, karena

⁸Ibid., 8.

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*.⁹

2. Skripsi yang ditulis oleh Afida Zulfia yang berjudul “ Studi Analisis Tentang Sistem Pemasaran Dalam Multilevel Marketing (MLM) Dalam Prespektif Hukum Perdata Dan Hukum Islam (Studi di PT. Daehsan Surabaya)” Skripsi ini menjelaskan tentang pandangan hukum islam dan hukum perdata terhadap sistem pemasaran dalam multilevel marketing yang ada di PT. Daehsan Surabaya. Menurut penulis MLM yang dilaksanakan perusahaan DXN pada prinsipnya boleh (mubah), sedang praktek di lapangan tergantung masing-masing, jikalau melakukan transaksi berlawanan dengan prinsip jual beli maupun perdagangan dalam al-qur'an haram hukumnya.¹⁰
3. Skripsi yang ditulis oleh Ami Sholihati yang berjudul “ Tinjauan Hukum Islam Tentang *Intensiv Pasif Income* Pada Multilevel Marketing Syariah di PT. K-link Internasional”. Peneliti menyimpulkan bahwa *passif Income* disini adalah komisi yang didapat oleh *upline* lebih besar dari pada *downline*, meski *downline* lebih bekerja keras dari pada *upline*. Akan

⁹Arina Haqan, “ Marketing Plan Dalam Multilevel Marketing Haji PT. Mitra Permata Mandiri Jakarta Dalam Prespektif Hukum Islam” (Skripsi--IAIN Sunan Ampel, Surabaya, 2008),58-59.

¹⁰Afida Zulfia, “Studi Analisis Tentang Sistem Pemasaran dalam Multilevel marketing (MLM) dalam Prespektif Hukum Perdata dan Hukum Islam (Studi di PT. Daehsan Surabaya)” (skripsi—IAIN Sunan Ampel, Surabaya, 2002),63.

tetapi *downline* rela jika komisi *upline* lebih besar, jadi passive income disini menurut peneliti hukumnya diperbolehkan.¹¹

Skripsi di atas lebih menekankan pada hukum islam dan hukum perdata secara global, sedangkan yang akan peneliti lakukan fokusnya terhadap komparasi (persamaan dan perbedaan) hukum islam yang bersumber dari ketetapan fatwa DSN MUI dan fokus terhadap hukum perdata yang bersumber dari peraturan perdagangan menteri perdagangan.

E. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian yang akan dilakukan ini sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan penyelenggaraan kegiatan usaha perdagangan dengan sistem penjualan langsung di PT. Duta *Network* Indonesia
2. Untuk menjelaskan penyelenggaraan kegiatan usaha perdagangan dengan sistem penjualan langsung di PT. Duta *Network* Indonesia menurut menurut fatwa DSN MUI no: 75/DSN MUI/ VII/2009?
3. Untuk menjelaskan penyelenggaraan kegiatan usaha perdagangan dengan sistem penjualan langsung di PT. Duta *Network* Indonesia menurut menurut peraturan menteri perdagangan RI no:32/M-DAG/PER/8/2008?

¹¹Ami Sholihati, “ Tinjauan Hukum Islam Tentang *Intensiv Pasif Income* Pada Multilevel Marketing Syariah di PT. K-link Internasional”, (Skripsi—IAIN Wsli Songo Semarang, 2012)

F. Kegunaan Hasil Penelitian

Dari hasil penelitian ini, peneliti berharap dapat bermanfaat dan berguna bagi peneliti maupun pembaca lain, diantaranya:

Kegunaan secara teoritis, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan khususnya ilmu Hukum Ekonomi Syariah (muamalah).

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan solusi dan manfaat bagi:

1. Peneliti

Sebagai persyaratan untuk menyelesaikan tugas akhir untuk mendapatkan gelar S-1 dan juga diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan khususnya dalam bidang Hukum Ekonomi Syariah.

2. Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pada akademisi, yaitu manfaat berupa sumbangan dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Hukum Ekonomi Syariah.

3. Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada masyarakat dalam melakukan berbagai macam kegiatan ekonomi yang sesuai dengan syariat Islam.

G. Definisi Operasional

Definisi operasional di sini memuat beberapa penjelasan tentang pengertian yang bersifat operasional, yaitu memuat masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian yang kemudian didefinisikan secara jelas dan mengandung spesifikasi mengenai variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Beberapa istilah dalam penelitian ini sebagai berikut

Tinjauan Fatwa Dewan Syariah

Nasional : pandangan ataupun pendapat menurut ketetapan yang dihasilkan oleh para majelis ulama' Indonesia tentang pedoman penjualan langsung berjenjang syariah

Peraturan Menteri Perdagangan RI : Peraturan yang membahas tentang perdagangan, yaitu peraturan yang membahas tentang penyelenggaraan kegiatan usaha perdagangan dengan sistem penjualan langsung.

Perdagangan dengan sistem

Penjualan langsung : yaitu kegiatan atau jual beli dengan sistem jaringan atau perekrutan anggota.

Perusahaan Duta *Network* Indonesia : perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan pulsa elektrik, listrik Pra atau Pasca bayar dengan sistem keagenan.

H. Metode Penelitian

Untuk mempermudah proses pelaksanaan penelitian, maka penulis akan memilih dan menerapkan metode penelitian lapangan yang bersifat kualitatif yang meliputi :

1. Jenis Penelitian

Penelitian yang akan penulis laksanakan merupakan penelitian lapangan (*Field Research*) dengan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu prosedur penelitian bertujuan untuk menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata, lisan atau dari orang-orang atau perilaku mereka yang diamati.¹² Maksud dari penelitian lapangan adalah penelitian yang obyek datanya diperoleh berdasarkan kerja-kerja yang meliputi wawancara, observasi dan dokumentasi. Tujuan dari penelitian lapangan adalah untuk mempelajari secara intensif latar belakang, status terakhir, dan interaksi lingkungan yang terjadi pada suatu satuan sosial.¹³ Dalam hal ini peneliti menganalisa penyelenggaraan kegiatan usaha perdagangan dengan

¹²Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), 3.

¹³Chalid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi aksara, Cet.ke X, 2009), 46.

sistem penjualan langsung pada PT. Duta *Network* Indonesia menurut fatwa DSN MUI dan Peraturan Menteri Perdagangan RI

2. Sumber Data

Sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua kelompok yaitu:

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah jenis data yang diperoleh langsung dari sumber asli.¹⁴ Adapun yang tergolong sumber data primer yaitu: wawancara langsung di PT. Duta *Network* Indonesia, yaitu: anggota/ *agency marketing* dan pimpinan kantor PT. Duta *Network* Indonesia, Fatwa DSN-MUI No:75/DSN-MUI/VII/2009, Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor: 32/M-DAG/PER/8/2008 tentang kegiatan usaha perdagangan dengan sistem penjualan langsung,

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi.¹⁵ Data sekunder ini biasanya sebagai pelengkap dari data primer. Data sekunder ini yang mendukung penelitian ini terdiri dari seuruh data yang berkaitan dengan teori-teori yang berhubungan dengan penjualan

¹⁴Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), 103.

¹⁵Ibid, 102.

langsung serta akad-akad yang terkait dengan penjualan langsung, yaitu: *al-Fiqh Islam Wa Adillatuh* karya Wahbah Zuhayliy, Kuswara, *Shahih Bukharieh* karya Sayyid Assabiq, *Qawaidul Buyu'* *Wa alQawaid alFuru'* Karya Walid bin Rasyid Sa'idan, *Mengenal MLM Syariah dari Halal Haram, Kiat Berwirausaha, Sampai Pengelolaannya*, dan data dokumentasi yang diperoleh dari PT. Duta Network Indonesia.

3. Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data penelitian juga dipengaruhi dari jenis dari sumber data. Dikarenakan jenis sumber data dalam penelitian ini adalah manusia (*person*) dan kertas/ tulisan (*paper*) maka untuk memperoleh dan mengumpulkan data digunakan model pengumpulan data sebagai berikut:

a. Wawancara

Teknik wawancara adalah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan melakukan percakapan atau dialog yang dilakukan oleh pewawancara dengan terwawancara atau narasumber bertujuan untuk mendapatkan informasi relevan yang dibutuhkan penelitian.¹⁶

Obyek wawancara adalah konsumen, agency marketing dan perwakilan dari kantor PT. Duta Network Indonesia.

b. Observasi

¹⁶Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, Cet.XIII, 2006)), 155.

Teknik observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran riil suatu peristiwa atau kegiatan untuk menjawab pertanyaan penelitian.¹⁷ Dalam melakukan observasi menggunakan observasi tidak terstruktur ialah pengamatan yang dilakukan tanpa menggunakan pedoman observasi, sehingga peneliti mengembangkan pengamatannya berdasarkan perkembangan yang terjadi di Lapangan.

c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang digunakan untuk menyampaikan data berupa sumber data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih actual dan sesuai dengan masalah penelitian.¹⁸ Sumber data tertulis dapat dibedakan menjadi: dokumen resmi, arsip, ataupun dokumen pribadi.¹⁹

4. Teknik Pengolahan Data

Tahapan-tahapan dalam pengelolaan data pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. *Organizing* yaitu suatu proses yang sistematis dalam pengumpulan, pencatatan, dan penyajian fakta untuk tujuan penelitian.²⁰

¹⁷Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 247.

¹⁸Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, 152.

¹⁹Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 247.

²⁰ Sony Sumarsono, *Metode Riset Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2004), 89.

- b. *Editing* yaitu kegiatan pengeditan akan kebenaran dan ketepatan data tersebut.²¹ serta memeriksa kembali semua data-data yang diperoleh dengan memilih dan menyeleksi data tersebut dari berbagai segi yang meliputi kesesuaian dan keselarasan satu dengan yang lainnya, keaslian, kejelasan serta relevansinya dengan permasalahan. Teknik ini digunakan peneliti untuk memeriksa kelengkapan data-data yang sudah diperoleh.²²
 - c. *Coding* yaitu kegiatan mengklasifikasi dan memeriksa data yang relevan dengan tema penelitian agar lebih fungsional.²³
 - d. *Analyzing*, yaitu dengan memberikan analisis lanjutan terhadap hasil *editing* dan *organizing* data yang diperoleh dari sumber-sumber penelitian, dengan menggunakan teori dan dalil-dalil lainnya, sehingga diperoleh kesimpulan.²⁴
5. Teknik Analisis Data

Proses analisa data merupakan suatu proses penelaahan data secara mendalam. Menurut Lexy J. Moleong proses analisa data dapat dimulai dengan menelaah data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumentasi pribadi, dokumentasi resmi, gambar dan foto.²⁵ Guna

²¹ Ibid., 97.

²² Chalid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi aksara, 1997), 153.

²³ Ibid., 99.

²⁴ Ibid., 95.

²⁵ Lexy J. Moleong, *Metodologi penelitian Kualitatif*, 247.

memperoleh gambaran yang jelas dalam memberikan, menyajikan, dan menyimpulkan data.

Pola pikir yang digunakan adalah pola pikir induktif. Pola pikir induktif adalah mengungkapkan fakta-fakta atau kenyataan dari hasil penelitian.²⁶ Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode analisa:

- a. Deskriptif Analisis, yakni suatu analisa penelitian yang dimaksudkan untuk mendeskripsikan suatu situasi tertentu yang bersifat faktual secara sistematis dan akurat.²⁷ Penggunaan metode ini memfokuskan penulis pada adanya usaha untuk menganalisa seluruh data tentang “penyelenggaraan kegiatan usaha perdagangan dengan system penjualan langsung di PT. Duta *Network* Indonesia, fatwa DSN-MUI No: 75/DSN-MUI/VII/2009, dan Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor: 32/M-DAG/PER/8/2008” sebagai satu kesatuan dan tidak dianalisa secara terpisah.
- b. Dan digunakan juga metode komparasi, yaitu metode yang digunakan untuk menganalisis data yang berbeda dengan jalan membandingkan antara sumber data yaitu Fatwa DSN MUI No: 75/DSN-MUI/VII/2009 dengan Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 32/M-DAG/PER/8/2008 mengenai kegiatan usaha perdagangan dengan sistem penjualan langsung, untuk kemudian diambil suatu hukum yang seharusnya diterapkan dalam melaksanakan kegiatan muamalah.

²⁶Joko Subagyo, *Metode Penelitian (dalam Teori dan Praktek)*, (Jakarta: Rineka Cipta, Cet: V, 2006), 88.

²⁷Sudarmawan Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2002), 41.

I. Sistematika Pembahasan

Penulisan skripsi ini disusun secara sistematis agar mempermudah pembahasan dalam penelitian ini, sistematika pembahasannya sebagai berikut:

Bab pertama yang merupakan pendahuluan yang memaparkan latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, definisi operasional, metode penelitian, dan yang terakhir sistematika pembahasan.

Bab kedua menguraikan fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) dan peraturan Menteri perdagangan RI Nomor: 32/M-DAG/PER/8/2008 tentang penyelenggaraan kegiatan usaha perdagangan dengan sistem penjualan langsung sebagai landasan teori dalam penelitian ini.

Bab ketiga berisikan gambaran umum tentang PT. Duta *Network* Indonesia yaitu tentang (Sejarah Berdirinya PT. Duta *Network* Indonesia, Visi dan Misi PT. Duta *Network* Indonesia, Struktur Organisasi PT. Duta *Network* Indonesia), dan Praktek Pelaksanaan Kegiatan Usaha Perdagangan dengan Sistem Penjualan Langsung di PT. Duta *Network* Indonesia: “ Sistem Penjualan Produk, Sistem Pembagian Komisi dan Bonus, Sistem Perekrutan Anggota “, berisikan gambaran umum fatwa DSN MUI dan Peraturan Menteri Perdagangan RI yang mengatur tentang kegiatan usaha perdagangan dengan sistem penjualan langsung.

Bab keempat yaitu merupakan berbagai sajian pada bab kedua dan ketiga itu kemudian dirangkai dalam suatu deskriptif analisa dan komparatif yang dituangkan dengan judul “ Studi Komparasi Antara Fatwa DSN MUI No: 75/DSN MUI/VII/2009 dan Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor: 32/M-DAG/PER/8/2008 Terhadap Kegiatan Usaha Perdagangan Dengan Sistem Penjualan Langsung Di PT. Duta *Network* Indonesia.

Bab kelima merupakan penutup yang memuat hasil akhir dari penelitian yaitu berupa kesimpulan yang menjawab rumusan masalah serta memberikan saran.

