

**RASIONALITAS KEAGAMAAN DALAM BISNIS
PRODUK HERBALIFE**

**(Studi Kasus Rumah Sehat Herbalife Club Agape Mulia
Pakuncen, Wirobrajan, Yogyakarta)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Sosiologi Agama

Oleh:

ACHMAD IBNU MASNGUD

NIM. 15540064

PROGRAM STUDI SOSIOLOGI AGAMA

FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

2019

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Achmad Ibnu Masngud
NIM : 15540064
Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Prodi : Sosiologi Agama
Alamat rumah : Tepansari, Rt 003 Rw 002, Loano, Purworejo,
Alamat di Yogyakarta : Jln. Seturan 3 Blok D no. 9, Caturtunggal, Depok, Sleman,
Yogyakarta
No. Hp : 085741637442
Judul Skripsi : Rasionalitas Keagamaan dalam Bisnis Produk Herbalife (Studi Kasus Rumah Sehat Herbalife Club Agape Mulia Pakuncen, Wirobrajan, Yogyakarta)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Skripsi yang peneliti ajukan adalah benar asli karya ilmiah yang peneliti tulis sendiri
2. Bilamana skripsi telah dimunaqosah dan diwajibkan revisi, maka peneliti bersedia dan sanggup merevisi dalam waktu 2 (dua) bulan terhitung dari tanggal munaqosah, jika ternyata lebih dari 2 (bulan) revisi belum terselesaikan maka peneliti bersedia dinyatakan gugur dan bersedia munaqosah kembali.
3. Apabila dikemudian hari ternyata diketahui bahwa karya tersebut bukan karya ilmiah peneliti (plagiasi), maka peneliti bersedia menunggu sanksi dan dibatalkan gelar kesarjanaan peneliti.

Demikian surat pernyataan ini peneliti buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 21 Mei 2019

Menyatakan,



Achmad Ibnu Masngud
NIM. 15540064



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Dr. Nurus Sa'adah, S.Psi., M.Si., Psi

Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran dan Islam

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Persetujuan Skripsi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamualaikum, Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara :

Nama : Achmad Ibnu Masngud

NIM : 15540064

Judul Skripsi : Rasionalitas Keagamaan dalam Bisnis Produk Herblife (Studi Kasus Rumah Sehat Herblife Club Agape Mulia Pakuncen, Wirobrajan, Yogyakarta)

Dengan ini, saya berharap agar skripsi/tugas akhir Saudara tersebut diatas dapat segera dimunaqosahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum, Wr. Wb.

Yogyakarta, 21 mei 2019
Pembimbing,

DR. Nurus Sa'adah, S.Psi., Msi., Psi.
NIP. 19741120 200003 2 003



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1786/Un.02/DU/PP.05.3/06/2019

Tugas Akhir dengan judul : RASIONALITAS KEAGAMAAN DALAM BISNIS PRODUK
HERBALIFE (Studi Kasus Rumah Sehat Herbalife Club Agape Mulia
Pakuncen, Wirobrajan, Yogyakarta)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ACHMAD IBNU MASNGUD
Nomor Induk Mahasiswa : 15540064
Telah diujikan pada : Kamis, 20 Juni 2019
Nilai ujian Tugas Akhir : 91 (A-)

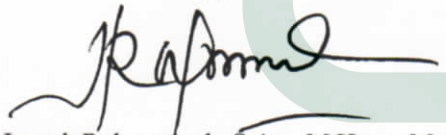
dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR


Ketua Sidang/Penguji I


Dr. Nurus Sa'adah, S.Psi., M.Si., Psi.
NIP. 19741120200003 2 003

Penguji II


Dr. Inayah Rohmaniyah, S.Ag., M.Hum., M.A.
NIP. 19711019 199603 2 001

Penguji III


Dr. Rr. Siti Kurnia Widiastuti, S.Ag M.Pd. M.A.
NIP 19740919 200501 2 001


Yogyakarta, 20 Juni 2019

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam

DEKAN




Dr. Alim Roswintoro, M. Ag.
NIP. 19681205 199803 1 0002

MOTTO

(Barang siapa bersungguh-sungguh, maka ia akan mendapatkan)

maka

Yakinlah bahwa Setiap masalah pasti ada jalan keluarnya

dan

Pengalaman adalah sahabat terbaik dalam hidup



PERSEMBAHAN

Hasil karya skripsi ini penulis persembahkan kepada:

Orang tua penulis, Bapak Sukarman dan Ibu Jamiah yang selalu memberi suprot
dan doa.

Kedua kakaku, Mbak Maria Ulfa dan Mas Choirul Chadzik yang selalu
mengingatkan penulis untuk segera menyelesaikannya.

Teman-teman program studi Sosiologi Agama, INTELSAGA '15.

Serta, Almamater Kebanggaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah senantiasa memberikan rahmat, karunia serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Rasionalitas Keagamaan dalam Bisnis Produk Herbalife”**. sholawat serta salam penulis selemu curahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta para sahabat yang telah menuntun seluruh umat dari masa jahiliyah sehingga ke masa yang terang benderang.

Alhamdulillah, atas ridho Allah SWT serta doa orang tua, dan bantuan dari semua pihak, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini izinkan penulis untuk mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

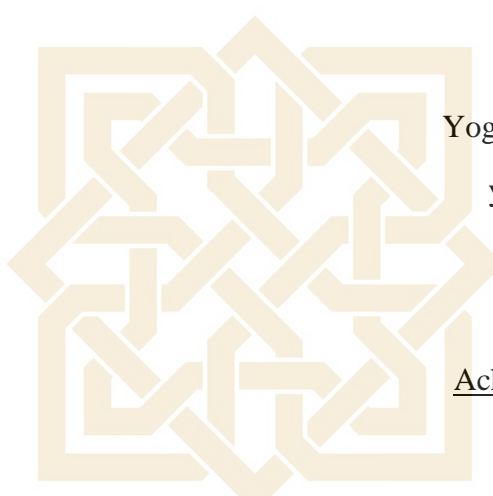
1. Prof. Drs. KH. Yudian Wahyudi Asmin, M.A., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunankalijaga Yogyakarta.
2. Dr. Alim Roswanto, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam Universitas Islam Negeri Sunankalijaga Yogyakarta.
3. Dr. Hj. Adib Sofia, S.S., M.Hum., selaku ketua Program Studi Sosisologi Agama Universitas Islam Negeri Sunankalijaga Yogyakarta.
4. Dr. Munawar Ahmad, S.S. M.SI, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang dari awal selalu memberikan pengarahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Dr. Nur Sa'adah, S.Psi., M.Si., Psi., selaku Dosen pembimbing Skripsi yang selalu memberikan pengarahan dan nasehat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak/Ibu Dosen Program Studi Sosisologi Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam Agama Universitas Islam Negeri Sunankalijaga Yogyakarta.
7. Bapak/Ibu Stf dan Karyawan Program Studi Sosisologi di Universitas Islam Negeri Sunankalijaga Yogyakarta.
8. Kedua orang tua tercinta, Bapak Sukarman dan Ibu Jamiah yang terus mendoakan dan selalu menjadi inspirator dan motifator dalam segala hal untuk penulis.
9. Kepada kedua kakakku, Mbak Maria Ulfa dan Mas Choirul Chadzik yang selalu memeberikan support dan selalu mengingatkan penulis agar segera menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada pak Bos, Bapak Achmad Sholihin yang telah membantu dalam segala hal sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsian ini.
11. Temen-temen seperjuangan: Ratna Nur Septiani, Umar Abdul Aziz, Muh. Iqbal Ramadhan yang selalu memberi semangat satu sama lain dan terus memberi masukan kepada penulis.
12. Teman-teman mabes: Rosi salvajae, Abdul Hakiki, Iqbal nurul Maksun, Muh. Khorur rozikin, Miftakhul khoir, Khoirul Muawan, Dadan Maulana yang selalu meberi masukan kepada penulis.
13. Teman-teman program studi Sosiologi Agama (INTEL SAGA) yang tidak penulis sebutkan satu persatu.
14. Kepada Pak Parminto dan Mbak murni yang telah mengizinkan melakukan penelitian dan selalu memberikan informasi sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsian ini.
15. Informan yang telah meluangkan waktu dengan suka rela untuk membantu penulis.
16. Semua pihak yang telah membantu menyusun dn menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Kepada semua pihak yang telah membantu, semoga amal baiknya dapat diterima oleh Allah SWT, dan mendapatkan limpahan rahmat-Nya. Amiiin.

Penulis menyadari skripsi ini jauh dari sempurna, penulis menyadari karena keterbatasan pengetahuan dari penulis dengan segala upaya telah mencurahkan agar memperoleh hasil yang maksimal. Demikian yang dapat penulis sampaikan, semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan bagi pembacanya, kritik dan saran yang bersifat membangun akan penulis terima dengan segala kerendahan hati sebagai koreksi. Terimakasih.

Wassalamu'alaikum, Wr. Wb.



Yogyakarta, 21 Mei 2019

yang menyatakan,

Achmad Ibnu Masngud

NIM. 15540064

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN | ii |
| NOTA DINAS PEMBIMBING..... | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iv |
| HALAMAN MOTTO | v |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | vi |
| KATA PENGANTAR..... | v |
| DAFTAR ISI..... | x |
| ABSTRAK | xiii |
| BAB I. PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Maslah..... | 7 |
| C. Tujuan dan Kegunaan Penulis..... | 7 |
| D. Tinjauan Pustaka | 8 |
| E. Kerangka Teori..... | 11 |
| F. Metode Penelitian..... | 16 |
| G. Sistematika Pembahasan | 21 |
| BAB II. GAMBARAN UMUM MENGENAI RUMAH SEHAT HERBALIFE CLUB AGAPE MULIA PAKUNCEN, WIROBRAJAN, YOGYKARTA DAN PROFIL PEMBISNIS PRODUK HERBALIFE | 24 |

| | |
|--|----|
| A. Letak Geografis Rumah Sehat Herbalife Club Agape Mulia..... | 24 |
| B. Sejarah Rumah Sehat Herbalife Club Agape Mulia..... | 25 |
| C. Profil Rumah Sehat Herbalife Club Agape Mulia..... | 28 |
| 1. Club Agape Mulia | 28 |
| 2. Visi dan Misi | 29 |
| 3. Program | 30 |
| a. Program Unggulan | 30 |
| i. Program Turuan Berat Badan..... | 30 |
| ii. Program Naik Berat badan | 31 |
| iii. Program Menjaga Kesehatan | 31 |
| b. Program pendukung | 32 |
| i. Skin..... | 32 |
| D. Kegiatan di Rumah Sehat Club Agape Mulia | 32 |
| 1. Getian Rutin | 32 |
| a) Timbangan (Cek Kesehatan)..... | 32 |
| b) Mengisi Arisan | 33 |
| 2. Kegiatan Mingguan | 33 |
| a) Senam | 33 |
| b) Jumat Berkah..... | 34 |
| c) Lomba Turub Berat Badan..... | 35 |
| 3. Kegiatan Bulanan | 35 |
| a) Lomba Minum Shake | 35 |
| b) Lomba Sedekah Lemak..... | 35 |
| c) Skin Party | 36 |
| d) Coustamer Day | 36 |
| E. Tahapan Berbisnis di Herbalife..... | 37 |
| F. Profil Narasumber | 43 |

| | |
|--|-----------|
| BAB III. BENTUK-BENTUK RASIONALITAS PARA PEMBISNIS | |
| PRODUK HERBALIFE..... | 50 |
| 1. Rasionalitas Praktis Membentu Kuangan Keluarga dan Keuntungan Pribadi..... | 51 |
| 2. Rasionalitas Toeritis mengembangkan bakat | 56 |
| 3. Rasionalitas Subtantif Sebagai Wadah pengembangan Diri dan Sebagai Bentuk Tanggung Jawab | 59 |
| BAB IV. NILAI-NILAI RASIONALITAS KAGAMAAN YANG MENJADI | |
| RUJUKAN DALAM BERBISNIS PRODUK HERBALAFE..... | 63 |
| 1. Nilai Kenikmatan Dalam Pelayanan dan Kebersamaan..... | 66 |
| 2. Nilai Kehidupan Dalam Menjaga Kesehatan | 78 |
| 3. Nilai Kejiwaan Sebagai Wadah Untuk Bertanggung jawab | 70 |
| 4. Nilai religius atau kerohanian..... | 71 |
| c. Beramal Sahaleh..... | 72 |
| d. Berbakti Kepada Orang Tua..... | 74 |
| BAB V. PENUTUP..... | 78 |
| A. Kesimpulan | 78 |
| B. Saran..... | 83 |
| DAFTAR PUSTAKA | |
| LAMPIRAN | |
| CURICULUM VITAE | |

ABSTRAK

Berbisnis menjadi sebuah pilihan yang banyak orang lakukan karena keuntungan yang didapat dari bisnis sangat menggiurkan. Banyak sistem pemasaran dalam menjalankan bisnis, salah satunya yaitu menggunakan sistem MLM (Multy Level Marketing), akan tetapi ada statemen negatife tentang sistem ini, karena sistem MLM bagi sebagian orang masih dianggap merugikan, hanya menguntungkan sepihak. Akan tetapi statemen negatif tersebut tidak berlaku bagi pembisnis produk herbalife yang tergabung di rumah sehat herbalife Club agape mulia. Mereka tetap bekerja secara professional dalam memasarkan produknya. Bahkan mereka merasa bangga bisa menjadi bagian dari bisnis herbalife. hal tersebut menarik minat peneliti untuk mengupas tentang rasionalitas yang dimiliki para pembisnis produk herbalife tersebut. Selain itu didalam penelitian ini juga dikaji tentang nilai-nilai agama yang menjadi rujukan para pembisnis produk herbalife dalam menjalani kehidupan.

Penelitian ini bersifat kaulitatif dengan metode *file research*. Analisis data menggunakan teknik analisis deskriptif. Penulis menggunakan dua teori, yaitu teori rasionalitas dari Max Weber dan teori nilai dari Max Scheler. Sedangkan sumber datanya adalah data primer yaitu melalui proses wawancara langsung dengan pendiri dan owner yang tergabung di rumah sehat Club agape mulia. Obeservasi terhadap obyek penelitan, dan data sekunder yaitu berasal dari dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ada beberpa alasan yang melatarbelakangi mereka tetap bekerja walaupun ada statemen negatife tentang sisitem yang dijalankan dalam bisnis tersebut. para pembisnis produk herbalife tetap aktif berbisnis karena faktor ekonomi dan kebutuhan. Dengan bergabung menjadi member herbalife mereka bisa mendapatkan tambahan pemasukan dan mereka bisa mendapatkan potongan harga ketika mengkonsumsi produk herbalife. selanjutnya dari keuntungan yang diperoleh setidaknya dapat membantu perekonomian keluarga setidaknya untuk memenuhi kebutuhan sendiri. Dari penghasilan yang diperoleh bisa mewujudkan keinginan mereka yaitu berbagi dengan sesama. Sedangkan nilai-nilai yang ada pada perilaku meraka yaitu nilai kenikmatan, nilai kehidupan, nilai kejiwaan dan nilai religius yang dimana tercermin dari perilaku mereka dalam pemanfaatan penghasilan dari berbisnis herbalife seperti membantu fakir miskin, untuk kotak amal, pondok pesantren dan untuk membahagiakan orang tua mereka.

Kata kunci: bisnis, MLM, rasionalitas, nilai.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam menjalankan kehidupan sehari-hari manusia tidak akan lepas dari kebutuhan. Banyak cara yang dapat dilakukan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, salah satunya yaitu dengan berbisnis. Berbisnis menjadi salah satu solusi yang paling bagus dalam pemenuhan kebutuhan hidup, karena dalam berbisnis keuntungan yang dapat diperoleh tidak jarang berlipat ganda dengan modal. Kegiatan-kegiatan berbisnis pada hakikatnya adalah kegiatan yang menciptakan nilai. Dengan demikian, kegiatan berbisnis dapat dikatakan sebagai kegiatan menciptakan nilai yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan umat manusia.¹

Bisnis dalam arti luas adalah suatu istilah yang menggambarkan semua aktivitas dan institusi yang memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari. Jika dilihat dari asal katanya bisnis berasal dari bahasa Inggris yang berarti: perusahaan, urusan atau usaha. Huat, T Chee, et.al (1990) mendefinisikan bisnis sebagai suatu sistem yang memproduksi barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan masyarakat kita (*Business is then simply a sistem that produces goods and service satisfy thr needs of our society*). Dengan mengambil definisi sistem tersebut, kita dapat mengharapkan suatu hubungan yang saling mengisi antara

¹ Amirullah dan Imam Hardjanto, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), hlm. 1.

bisnis dan pemilihan kebutuhan suatu hubungan dalam masyarakat kita. Setiap tindakan yang diambil dalam bisnis pasti berakibat pada suatu sistem sosial yang lebih besar.

Sedangkan menurut Hughes dan Kapoor menyatakan: *business is the organized effort of individuals to produce and sell for a profit, the good and services that satisfy society's needs. The general term business refers to all such efforts within a society or within an industry.* Maksudnya di sini adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Secara umum kegiatan ini ada dalam masyarakat dan ada dalam industri. Orang yang berusaha menggunakan uang dan waktunya dengan menanggung resiko, dalam menjalankan kegiatan bisnis disebut entrepreneur. Untuk menjalankan kegiatan bisnis maka entrepreneur harus mengkombinasikan empat macam sumber yaitu: material, human, financial, dan informasi.²

Pendapat lain dikemukakan oleh Griffin dan Ebert (1996), bahwa bisnis itu merupakan suatu organisasi yang menyediakan barang atau jasa yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan. Laba dalam hal ini diperoleh dari selisih antara penerimaan bisnis dengan biaya-biaya yang dikeluarkan. Suatu organisasi bisnis dapat dikatakan sukses apabila mampu memenuhi kebutuhan masyarakat dan perusahaan memperoleh keuntungan dari transaksi tersebut³. Dari beberapa pengertian bisnis tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa bisnis merupakan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh individu maupun kelompok

² Buchori Alma, *Pengantar Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 20-21.

³ Amirullah dan Imam Hardjanto, *Pengantar Bisnis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), hlm. 2.

orang yang menciptakan nilai untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, dan memperoleh keuntungan melalui transaksi. Bisnis dapat dilakukan di mana saja, kapanpun dan oleh siapapun.

Menurut Robert Kiyosaki ada tiga jenis sistem bisnis yaitu *pertama* bisnis tradisional, bisnis ini bukan berarti bisnis yang sudah usang dan tidak mengikuti perkembangan zaman, namun bisnis tradisional di sini berarti bisnis pada umumnya ataupun bisnis baru di mana kamu sebagai pengusaha dituntut untuk membuat sistem bisnis sendiri. *Kedua* wiralaba, bisnis wiralaba kamu tidak perlu repot-repot menciptakan sistem bisnis sendiri, yang perlu kamu lakukan hanyalah membeli bisnis, plus sistem yang sudah siap dijalankan. *Ketiga*, Network marketing atau MLM dalam sistem bisnis ini pembisnis tidak perlu pusing masalah pembuatan atau produksi produk, juga tidak perlu pusing masalah pembukuan, dan juga tidak perlu pusing masalah inventory, semuanya sudah diatur oleh perusahaan MLM. Yang perlu dilakukan hanyalah memperkenalkan bisnis ini pada orang lain atau istilahnya prospek, dan membangun jaringan.

Dari ketiga sistem yang dikemukakan oleh Robert Kiyosaki sistem network marketing atau MLM menjadi sistem yang banyak dipertanyakan karena masih banyak orang menganggap sistem ini merugikan dan tidak banyak menguntungkan. Akan tetapi pada kenyataannya banyak perusahaan menerapkan sistem pemasaran ini dan berhasil berkembang salah satunya yaitu PT. Herbalife. Perusahaan ini merupakan perusahaan MLM (Multi Level Marketing) dari USA, yang produknya termasuk nutrisi kesehatan, manajemen berat badan, dan perawatan pribadi. Produk unggulannya adalah Nutrition Shake Mix Herbalife.

Produk ini sudah ada sejak tahun 1980 dan sudah di distribusikan ke 71 negara termasuk di Indonesia.⁴

Produk herbalife masuk ke Indonesia sekitar tahun 1998 dan merambah ke seluruh wilayah Indonesia termasuk ke wilayah Yogyakarta.⁵ Salah satu club herbalife yang ada di Yogyakarta yaitu club Agape Mulia. Walaupun bisnis ini bisa dibilang sangat menjanjikan akan tetapi yang menjadi perhatian di sini adalah tentang sistem yang digunakan dalam bisnisnya yaitu menggunakan sistem MLM (Multi Level Marketing) di mana masyarakat pada umumnya masih menganggap negatif tentang sistem MLM ini. Masyarakat masih menganggap sebelah mata, masih percaya bahwa bisnis dengan menggunakan sistem MLM tidak mendapatkan untung bahkan bisa merugikan para pelaku bisnis itu sendiri, mengandung unsur gharar atau ketidakjelasan, mendorong orang untuk memaksa ikut atau bergabung dan ketidakjelasan pada produk yang dipasarkan semuanya hanya permainan uang.

Akan tetapi pandangan-pandangan negatif tentang bisnis menggunakan sistem MLM ini tidak menyurutkan semangat dalam melakukan memasarkan produk herbalife. Terbukti dengan semakin bertambahnya anggota pembisnis produk herbalife. Jumlah peserta Pelatihan nutrition club untuk all member daerah Jawa Tengah dan Jawa Timur yang dilaksanakan di Surabaya pada bulan februari 2018 sebanyak 1.200 peserta sedangkan pada bulan november 2018 jumlah

⁴ Vannya Laksmi Angreani, "Analisis Profesional Kerja Karyawan Sebagai Implementasi Etika Bisnis Dalam Perusahaan Multi Level Marketing (MLM) (Studi Kasus Independent Distributor Herbalife di Rembang)", dalam www.ejournal3.undip.ac.id, diakses tanggal 20 Desember 2018.

⁵ Herbalife Nutrition, "Sejarah Kami", dalam www.perusahaan.herbalife.co.id, diakses tanggal 20 Desember 2018.

pesertanya mencapai 1.800 orang, hal ini membuktikan bahwa bisnis produk herbalife masih sangat diminati oleh kebanyakan orang. Mereka yang ikut dalam bisnis ini punya rasa percaya diri yang tinggi sehingga mampu menepis anggapan-anggapan negatif tentang sistem yang diterapkan dalam memasarkan produk herbalife ini. Terbukti dengan semangat kinerja para pembisnis produk herbalife yang ada di Club Agape Mulia ini. Mereka bekerja secara professional, giat dan gigih dalam memasarkan produknya. Bahkan mereka bangga bergabung dalam bisnis herbalife ini.⁶

Hal lain yang tidak akan lepas dari bisnis yaitu agama, dengan latar belakang masyarakat Indonesia yang penduduknya mayoritas Islam dengan presentase mencapai 80% lebih, menjadikan masyarakatnya masih lekat dengan agama. Dari setiap aktifitas yang dilakukan, yang menjadi tolak ukur baik buruknya suatu tindakan yaitu agama, karena di dalam agama terdapat aturan hidup bagi manusia dan juga terdapat ajaran-ajaran yang harus dilaksanakan untuk mendapatkan kebahagiaan dunia maupun di akhirat kelak. Mayoritas para pembisnis produk herbalife di Club Agape Mulia beragama Islam dan tidak jarang agama menjadi rujukan dalam kehidupan sehari-hari mereka, termasuk dalam hal berbisnis. Terbukti dengan ucapan-ucapan mereka ketika memasarkan produk herbalife, tidak jarang mereka menyangkut pautkan dengan agama bahkan ketika ingin sukses dalam bisnis ini mereka melakukan beberapa langkah seperti merubah niat, di mana yang awalnya memasarkan produk untuk mendapatkan untung mereka rubah untuk menolong orang-orang yang kurang dalam hal

⁶ Wawancara dengan Mbak Suana, Peserta Pelatihan Nutrition Club, di Yogyakarta Tanggal 2 November 2018.

kesehatan dan juga mereka melakukan pensucian diri, di mana mereka menghindari sifat-sifat yang tidak baik seperti sombong, iri, dengki dan lain sebagainya.

Hal lain yang berkaitan dengan agama yaitu tentang rezeki yang diperoleh dari suatu usaha yang dilakukan, bahwasanya semua hasil yang kita peroleh bukan sepenuhnya milik kita akan tetapi ada sebagian hak untuk orang lain. Pemahaman seperti inilah yang diterapkan oleh mereka baik dalam kehidupan pribadi maupun dalam berbisnis. Dengan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik ingin meneliti tentang hal-hal yang melatarbelakangi para pembisnis herbalife di club Agape mulia ini sehingga mereka merasa bangga dengan apa yang dijalankannya. Serta melihat peranan agama dalam kehidupan berbisnis mereka.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penelitian ini dapat dirumuskan dalam beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana rasionalitas dibalik tindakan berbisnis herbalife di Club agape mulia?
2. Bagaimana nilai-nilai agama yang menjadi rujukan dalam berbisnis di Club Agape Mulia?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan penulis sebagai berikut:

1. Mengetahui bentuk-bentuk rasionalitas para pembisnis herbalife di Club Agape Mulia.
2. Mengetahui nilai-nilai agama yang menjadi rujukan dalam melakukan bisnis herbalife.

Kegunaan penelitian yang dapat diperoleh dalam penelitian ini, diantaranya:

1. Secara teoritis, diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menambah khazanah keilmuan, khususnya dibidang sosologi agama tentang rasionalitas keagamaan para pembisnis produk herblife.
2. Secara praktis, diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua orang, terutama bagi para pelaku bisnis produk herbalife disemua tempat agar

mereka tetap konsisten dengan apa yang mereka jalankan, dan tetap yakin dengan apa yang mereka yakini.

D. Tinjauan Pustaka

Berdasarkan rumusan masalah yang mejadi dasar penulis dalam melakukan penelitian ini. Sebelumnya penulis telah melakukan penelusuran terhadap peneliti-peneliti terdahulu dan mendapati bebarapa penelitian yang terkait dengan judul tersebut, dari penelitian tersebut menjadi acuan bagi peneliti untuk menguatkan pentingnya penelitian ini untuk dilakukan.

penelitian yang berjudul “Multi Level Marketing pada Perusahaan Herbalife Ditinjau dari Fatwa MUI No. 75/VII/2009 (Studi Kasus Pada Rumah Sehat Puri Club Bagansiasiapi)” karya Ade Fatmasari. Pada penelitian ini diperoleh hasil bahwa multi level marketing perusahaan herbalife adalah boleh, karena tidak mengandung unsur penipuan karena setiap member perusahaan Herbalife memperoleh hasil penjualan produk yang dilakukan, serta bonus *royalty overrides* 5% diberi perusahaan Herbalife kepada member yang telah sukses mencapai *supervisor* dengan catatan supervisor tersebut harus membimbing member di bawahnya agar bisa menjadi *supervisor*. Dengan penjelasan ini menunjukkan bahwa perusahaan Herbalife tidak memberi uang riba selain dari hasil jerih payah member dalam menjual produk dan sebagai upah atas jerih payahnya membimbing dan melatih member di bawahnya. Dan multi level marketing yang dipraktikan oleh Rumah Sehat Puri Club telah sesuai dengan Fatwa MUI. No.75/VII/2009 yaitu syarat dan rukun dalam jual beli telah terpenuhi ada

penjual, pembeli, dan produk yang dijual produk yang halal dan bermanfaat, harga dan akadnya jelas.⁷

Penelitian lain yang dilakukan oleh Regina Nur Arifah yang berjudul “Analisis Proses Keputusan Pembelian Produk Nutritional Shake Herbalife di Lima Rumah Nutrisi Kota Bogor”. Penelitian ini memperoleh hasil bahwa terdapat dua faktor yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan pembelian yaitu faktor lingkungan dan perbedaan individu dan hasil analisis sikap *fishbein* menunjukkan sikap konsumen terhadap produk Nutrition Shake Herbalife masuk dalam katagori baik.⁸ Berbeda dengan penelitan yang dilakukan oleh Ayyu Fizatul Jariyah yang berjudul “Pengaruh Persepsi Konsumen, Faktor Lingkungan, dan Personal Selling terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Herbalife di Kota Kendari”. Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa persepsi konsumen, faktor lingkungan dan personal salling secara parsial ataupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian herbalife Kota Kediri. Ketiga penelitian tersebut obyeknya adalah sama-sama meneliti tentang herbalife yang di mana lebih cenderung pada sikap sosial dan analisa hukum terhadap produk herbalife.⁹

⁷ Ade Fatmasari, *Multi Level Marketing Pada Perusahaan Herbalife Ditinjau Dari Fatwa MUI No. 75/VII/2009 (Studi Kasus Pada Rumah Sehat Puri Clup Bagansiapi*. dalam skripsi, Riau: UIN Sultan Syarif Kasim Riau. Tahun 2013.

⁸ Regina Nur Arifah, *Analisis Proses Keputusan Pembelian Produk Nutritional Shake Herbalife di Lima Rumah Nutrisi Kota Bogor*, (Bogor: Fakultas Ekonomi Dan Mengemen Intitut Pertanian Bogor Tahun 2015).

⁹ Ayyu Faizatul Jariyah, *Pengaruh Persepri Konsumen, faktor Lingkungan dan Personal Salling Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Herbalife di Kota Kediri*, Dalam Skripsi, Kediri: fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri, 2016.

Selain penelitian tentang herbalife, adapun penelitian tentang rasionalitas yang dilakukan oleh Dian ike putri yang berjudul "Rasionalitas Keagamaan Pengrajin Lansia di Dusun Pendes, Panggunharjo, Sewon, Bantul". Dari penelitian ini mendapat hasil bahwa pekerjaan yang dilakukan merupakan turun temurun dan tuntutan ekonomi. Tetapi dibalik kesibukannya para pengrajin lansia ini tetap ikut melakukan kegiatan sosial keagamaan dan beramal sholeh yang juga menjadi salah satu pendorongnya.¹⁰ Penelitian tentang rasionalitas juga dilakukan oleh Nur Khayati Bilhaq yang berjudul "Rasionalitas Para Games Online Dota 2 di Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga". Dalam penelitian ini di peroleh hasil bahwa para pelaku game online ini bermain hanya untuk hiburan semata dan juga para pemain game online ini mampu menyerap nilai-nilai agama yang berbentuk kerjasama, silaturahmi dan nilai tawakal.¹¹

Dari beberapa penelitian yang ditemukan penulis, kesemuanya memiliki kesamaan obyek penelitian dengan penelitian yang akan diteliti penulis, yaitu herbalife dan rasionalitas keagamaan, akan tetapi dari penelitian-penelitian yang ditemukan belum tersentuh penelitian yang memfokuskan tentang sosial keagamaan para pelaku pembisnis produk herbalife dan juga ada perbedaan tentang fokus kajian serta tempat penelitian. Dari kekurangan penelitian-penelitian sebelumnya ini peneliti ingin memfokuskan tentang kehidupan para pelaku bisnis herbalife yang ada di rumah sehat Club Agape Mulia Yogyakarta. Penulis ingin

¹⁰ Dian Eka Putri, *Rasionalitas Keagamaan Pengrajin Lansia di Dusun Pendes, Panggunharjo, Bantul*, Dalam Skripsi, Yogyakarta: Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam, 2016.

¹¹ Nur Khayati Bilhaq, *Rasionalitas Para Gamers Online Dota 2 di Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga*, Dalam Skripsi, Yogyakarta: Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam, 2017.

membahas tentang perilaku sosial para pelaku bisnis herbalife. Hal-hal yang melatar belakangi para pembisnis produk herbalife ini, sehingga masih eksis dan bangga dengan apa yang di lakukannya.

E. Kerangka Teori

Dalam sebuah penelitian ilmiah teori menjadi kebutuhan pokok guna membedah permasalahan yang ada. Dengan teori dapat dilihat dari sudut mana masalah tersebut disoroti. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teori rasionalitas Max Weber dan teori Max Scheler tentang nilai sebagai pisau bedah dari peroblem yang ada.

1. Rasionalitas

Weber menjelaskan bahwa manusia bertindak bergantung pada peberian makna atau pemahaman pada perilaku mereka. Weber mendefinisikan rasionalitas dan membedakan dua jenis rasionalitas yaitu rasiomalitas tujuan dan rasionalitas nilai. Namun konsep tersebut merujuk pada empat tindakan yang merupakan dasar dari rasionalitas. Stephen Kalberg melakuka tugas yang bermanfaat dengan mendefinisikan empat tipe dalam rasionalitas di dalam karya Weber. Empat tipe dalam karya Weber yaitu:

a. Rasionalitas Praktis

Rasionalitas praktis didefinisikan sebagai setiap cara hidup yang memandang dan manilai kegiatan duniawi terkait dengan kepentingan-

kepentingan individual pragmatis dan egoistis belaka. Orang yang menerapkan rasionalitas praktis menerima realitas-realitas yang sudah ada dan hanya memikirkan cara-cara yang paling bijaksana untuk menghadapi kesulitan-kesulitan yang dihadapkannya. Rasionalitas praktis membawa orang untuk tidak mempercayai segenap nilai-nilai yang tidak praktis, baik rasionalitas intelektual yang religious, baik utopia religious maupun sekuler, dan rasionalitas teoritis pada intelektual.¹²

b. Rasionalitas Teoritis

Usaha kognitif menguasai realitas melalui konsep-konsep yang semakin abstrak daripada melalui tindakan. Rasionalitas teoritis berupaya untuk melampaui dunia yang tidak beraturan dengan memberi makna yang lebih logis, sebab akibat, dan makna-makna simbolik yang diwujudkan dengan tindakan namun dengan sesuatu yang lebih abstrak. Tidak seperti rasionalitas praktis, rasionalitas teoritis membawa aktor melampaui realitas-realitas sehari-hari dalam usaha memahami dunia sebagai suatu kosmos yang berharga.¹³

c. Rasionalitas Substantif

Rasionalitas substantif pada dasarnya sama seperti rasionalitas praktis akan tetapi yang membedakan yaitu pada rasionalitas substantif memperhatikan nilai-nilai dari sebuah tindakan. Rasionalitas substantif melibatkan pemilihan alat-alat

¹² George Ritzer. *Teori Sosiologi Dari Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Terakhir Postmodern*. (Yogyakarta, Pustaka Pelajar: 2012). hlm. 232-233.

¹³ George Ritzer, *Teori Sosiologi Dari Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Terakhir Postmodern*, hlm. 232-233.

menuju tujuan di dalam konteks suatu sistem nilai. Satu sistem tidak lebih rasional (secara substantif) dari pada nilai. Nilai-nilai yang dipegang lebih mendominasi dalam rasionalitas substantif ini. Tipe rasionalita ini juga ada secara lintas-peradaban dan lintas-sejarah, apabila ada rumusan-rumusan nilai yang konsisten.

d. Rasionalitas Formal

Rasionalitas formal meliputi kalkulasi alat dan tujuan. Di dalam rasionalitas praktis kalkulasi tersebut mengacu pada kepentingan diri sedangkan di dalam rasionalitas foramal mengacu pada aturan-aturan, hukum-hukum, dan pengaturan-pengaturan yang diterapkan secara universal dan berada di luar individu.¹⁴

Teori rasionalitas merupakan salah satu teori pemikiran Marx Weber di mana pada saat itu Weber melihat adanya pergeseran kondisi sosial budaya, adanya pergeseran pemikiran dari yang berfikir non rasionalitas menuju ke pemikiran rasionalitas. Teori rasionalitas ini digunakan sebagai pisau analisis karena diharapkan dapat menjelaskan bagaimana rasionalitas dari para pembisnis produk herbalife yang tergabung di rumah sehat Club agape mulia sehingga mereka merasa bangga dan tetap bertahan dengan pekerjaannya walaupun ada pandangan negative tentang sistem yang diterapkan dalam pemasarannya.

¹⁴ George Ritzer, *Teori Sosiologi Dari Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Terakhir Postmodern*, hlm. 233-234.

2. Nilai

Toeri selanjutnya untuk membedah problem dari penelitian ini adalah menggunakan teori Max Scheler tentang nilai. Nilai menurut Max Scheler adalah sesuatu yang dituju oleh perasaan yang mewujudkan apriori emosi. Nilai bukan ide atau gagasan, melainkan sesuatu yang kongkrit yang hanya dapat dialami dengan jiwa yang tergetar oleh emosi. Max Scheler menyatakan bahwa nilai merupakan suatu kenyataan yang pada umumnya tersembunyi dibalik kenyataan-kenyataan lainnya. Menurut Max Sceler, nilai-nilai yang ada tidaklah sama luhur dan sama tingginya. Nilai-nilai itu secara senyatanya ada yang lebih tinggi dan ada yang lebih rendah dibanding dengan nilai-nilai lainnya.¹⁵ Menurut tinggi-rendahnya dikelompokkan dalam empat tingkatan sebagai berikut:

1. Nilai-Nilai Kenikmatan

Dalam tingakatn ini, terdapat deretan-deretan yang mengenakan dan tidak mnegenakkan, berkaitan dengan indra manusia yang menyebabkan manusia senang atau menderita.

2. Nilai Kehidupan

dalam tingkatan ini terdapat nilai-nilai yang penting bagi kehidupan, nilai-nilai pada tingkatan ini meliputi kesejahteraan pada umumnya, baik pribadi maupun komunitas. Keadaan yang terkait adalah kesehatan, vitalitas, penyakit, lanjut usia, lemah dan mendekati kematian.

¹⁵ K. Kaswardi, Pendidikan Nilai Memasuki Tahun 2000, (Jakarta: PT. Grasinod, 1993), hlm. 37.

3. Nilai Kejiwaan

Dalam tingkatan ini terdapat nilai kejiwaan yang tidak sama sekali pada keadaan jasmani maupun lingkungan. Nilai-nilai semacam ini seperti keindahan, kebenaran, dan pengetahuan murni yang dicapai dalam filsafat.

4. Nilai Kerohanian atau Religius

Dalam tingkatan ini terdapatlah mobilitas nilai dari suci dan tak suci. Nilai-nilai semacam ini terutama terdiri dari nilai-nilai pribadi, terutama Allah sebagai pribadi Tertinggi, atau segala sesuatu yang berguna bagi rohani manusia¹⁶.

Teori nilai dari Max Scheler diharapkan akan bisa membedah tentang problem tentang nilai-nilai agama yang terdapat di bisnis produk herbalife. di mana dalam teori nilai Max Scheler ada beberapa tingkatan dalam kehidupan manusia mulai dari tingkatan terendah yaitu nilai kenikmatan, nilai kehidupan, nilai kejiwaan dan pada tingkatan tertinggi yaitu nilai kerohanian.

F. Metode Penelitian

Metode berasal dari kata Yunani *meta*, berarti *dari* atau *sesudah* dan *bodos* yang berarti *perjalanan*. kedua istilah tersebut dapat dipahami sebagai perjalanan

¹⁶ K. Kaswardi, Pendidikan Nilai Memasuki Tahun 2000, (Jakarta: PT. Grasindod, 1993), hlm. 37.

atau mengejar atau dari satu tujuan. Oleh karena itu metode dapat didefinisikan sebagai setiap prosedur untuk mencapai tujuan akhir¹⁷. Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Cara ilmiah berarti kegiatan itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti kegiatan tersebut dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indra manusia, sehingga orang lain pun dapat mengamatinya. Sistematis berarti proses yang dilakukan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis.¹⁸ Adapun metode penelitian yang digunakan sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini penulis akan menggunakan metode penelitian lapangan (Field Research) dengan menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah. Metode penelitian kualitatif adalah metode yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang ilmiah, di mana peneliti sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif dan hasil kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasinya.¹⁹ Penelitian

¹⁷ Sulisty, Basuki, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Penaku, 2010), Hlm 92.

¹⁸ Amos Neolaka, *Metode Penelitian dan Statistik*, (Bandung, PT, Remaja Rosdakarya, 20140, hlm. 17.

¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung, Alfabeta, 2013), hlm. 9.

kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan persepsi manusia secara individu maupun kelompok. Serta mengutamakan pada pendalaman materi dengan lebih mengutamakan pada kedalaman analisis dan dapat memusatkan perhatian penulis pada kenyataan atau kejadian dalam konteks yang diteliti.

2. Sumber Data

Sumber data dari penelitian ini di peroleh dari para pelaku bisnis produk herbalife di rumah sehat Club Agape Mulia. Jumlah informan untuk memperoleh data yaitu tujuh orang yang tergabung dalam rumah sehat club agape mulia. Informan dipilih berdasarkan jumlah anggota yang menjalankan bisnis produk herbalife. Data yang diperoleh menggunakan sumber data yaitu :

a. Sumber Data Primer

Sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya²⁰, yaitu para pembisnis produk herblife yang tergabung di rumah sehat Club agape mulia yang berjumlah tujuh orang.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data diperoleh melalui media perantara bisa berupa buku, catatan, maupun arsip-arsip yang telah dipublikasikan maupun yang belum

²⁰Burhan Bungin, *Metode Penelitian Sosial Format-format Kuantitatif dan Kualitatif* (Surabaya: Airlangga University Press, 2001), hlm. 128.

dipublikasikan secara umum.²¹ Selain itu ditambah dengan literatur-literatur yang relevan dengan permasalahan dalam penelitian skripsi ini. Data sekunder digunakan untuk sebagai pelengkap data primer.

3. Teknik Analisis Data

Dalam melakukan sebuah penelitian, proses analisis data sudah dipersiapkan pada saat sebelum penelitian dilakukan, ketika peneliti melakukan perencanaan dan memuat desain penelitian, dan berlangsung pada saat pengumpulan dan setelah secara final semua proses dilakukan. Proses analisis data dilakukan selama proses penelitian dilakukan.

Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan analisis deskriptif dan penjelasan agar dapat memahami fokus kajian secara kompleks, dengan cara memisahkan setiap bagian-bagian dari keseluruhan fokus yang akan dikaji atau memotong tiap-tiap adegan atau proses yang akan diteliti. Langkah selanjutnya yaitu analisis penjelasan yang di mana bertujuan untuk menyediakan informasi, penjelasan, alasan-alasan dan pernyataan-pernyataan mengapa suatu hal bisa terjadi.

²¹Burhan Bungin, *Metode Penelitian Sosial Format-format Kuantitatif dan Kualitatif*), hlm. 128.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan sebuah penelitian perlu teknik-teknik dalam mengumpulkan sebuah data, agar data yang diperoleh bisa lengkap dan jelas.

Adapun teknik-teknik yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya:

a. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang paling sering digunakan dalam penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data dengan menggunakan metode wawancara memungkinkan peneliti mengumpulkan data yang beragam dari para responden dalam berbagai situasi dan konteks. Wawancara didefinisikan sebagai diskusi antara dua orang atau lebih dengan tujuan tertentu (Kahn & Cannell 1957)²².

Dalam penelitian ini menggunakan tipe wawancara semi struktur di mana pewawancara sudah menyiapkan daftar pertanyaan sebelum aktifitas wawancara dilaksanakan akan tetapi dalam pelaksanaan wawancara tidak bersifat kaku maupun bebas. Pewawancara perlu menelusuri lebih jauh suatu topik berdasarkan jawaban yang diberikan partisipan. Topik atau daftar pertanyaan yang sudah ada harus diikuti dengan pertanyaan tambahan untuk menggali lebih jauh jawaban partisipan. Panduan tetap perlu digunakan agar pewawancara tidak melenceng lebih jauh dari topik pembahasan. Dalam hal ini, pemilihan

²² Samiaji Sarosa, *Penelitian Kuanlitatif Dasar-Dasar*, (Jakarta: PT. Indeks. 2012), hlm, 45.

responden berdasarkan jumlah pembisnis herbalife yang tergabung di rumah sehat Club agape mulia sebanyak tujuh orang.

b. Observasi/Studi Lapangan

Studi lapangan didefinisikan sebagai pengamatan akan manusia pada habitatnya (Hughes 2005).²³ Dalam arti lain observasi adalah proses pencatatan pola perilaku sobyek (orang), obyek (benda), atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti. Bentuk observasi dalam penelitian ini yaitu obsevasi parsitipatif, di mana peneliti diharuskan melibatkan diri dalam kehidupan masyarakat yang diteliti agar dapat melihat dari gejala-gejala yang ada, sesuai maknanya dengan yang diberikan atau dipahami dari warga yang diteliti. Dalam hal ini peneliti mendatangi langsung ke rumah sehat club agape mulia yang bertempat di ruko pasar Serangan Yogyakarta, mengamati aktivitas orang-orang yang ada di rumah sehat Club Agape Mulia, dan juga peneliti mengikuti kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh para pembisnis herbalife ini dalam memasarkan produk-produk herbalife.

c. Dokumentasi

Dokumentasi dari asal kata dokumen, artinya barang-barang tertulis. Dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan,

²³ Samiaji Sarosa, *Penelitian Kuanlitatif Dasar-Dasar*, hlm. 56.

notulen rapat, catatan harian, dan sebagainya.²⁴ Dalam hal ini peneliti mengumpulkan data dari buku, jurnal, dan juga penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan produk herbalife.

e. Metode Pendekatan

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan sosiologis di mana peneliti melihat bagaimana latar belakang dari tindakan sosial para pembisnis herbalife yang tergabung di rumah sehat Club Agape Mulia dan juga melihat hubungan antara rasionalitas tindakan sosial terhadap agama yang mereka yakini.

G. Sistematika Pembahasan

Hasil dari penelitian ini terdiri dari lima bab, dari setiap bab memiliki sub bab-sub bab yang akan memperjelas dari setiap pembahasan. Tujuannya agar pembaca mudah memahami maupun menganalisa makna yang mendalam dari penulisan penelitian ini. Berikut ke lima bab tersebut:

Bab *pertama*, pada bab ini merupakan bab pendahuluan yang berisi tentang rancangan pembahasan dari penelitian. Bab pendahuluan ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teoritik, metode penelitan dan sistematika pembahasan. Latar belakang masalah menjadi dasar utama dalam penelitian ini karena menjelaskan masalah yang melatar belakangi penelitian ini dilakukan. Dengan adanya latar

²⁴ Etta Mamang Sangaji dan Sopiah, *Metodologi Penelitian pendekatan praktis dalam penelitian*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), hlm. 153.

belakang masalah maka diperoleh beberapa rumusan masalah yang merupakan titik fokus dalam pencarian data dan menjadi acuan atau arah dari penelitian. Selanjutnya tujuan dan kegunaan penelitian yang tujuannya agar penulis mengetahui sejauh mana manfaat dari penelitian ini. Tinjauan pustaka menjadi salah satu yang perlu diperhatikan karena dari tinjauan pustaka inilah penulis bisa mendapat gambaran tentang penelitian yang akan dijalankan dan juga menghindari kesamaan dari peneliti-penelitian terdahulu. Kemudian masuk pada kerangka teori yang di mana menjadi pisau bedah dalam penelitian ini. Selanjutnya penulis menjelaskan metode penelitian yang akan dilakukan dalam membedah masalah yang dihadapi dan selanjutnya penulis menjelaskan sistematika pembahasan agar jelas per bab yang di bahas dalam penelitian ini.

Bab *kedua*, pada bab ini penulis akan memaparkan gambaran umum dari rumah sehat club agape mulia. Akan dijelaskan juga letak geografis, sejarah berdirinya. Penulis juga akan menjelaskan kegiatan-kegiatan yang dilakukan di rumah sehat club agape mulia. Juga dijelaskan secara ringkas profil-profil para pembisnis produk herbalife yang tergabung dalam rumah sehat Club Agape Mulia.

Bab *ketiga*, pada bagian ini penulis akan membahas rasionalitas para pembisnis produk herbalife yang tergabung dalam rumah sehat Club Agape Mulia. Bab ini menjadi sangat penting untuk dibahas karena akan dijelaskan alasan mengapa para pembisnis produk herbalife ini masih bertahan, bagaimana bentuk-bentuk rasionalitas yang dimiliki oleh para pembisnis produk herbalife sehingga

mereka merasa bangga berbisnis atau menajadi salah satu bagian bagian dari produk herbalife.

Bab *keempat*, pada bab ini penulis akan menjelaskan tentang nilai-nilai agama yang mereka pahami dan laksanakan terkait dengan ajaran agama tentang pemanfaatan hasil dari berbisnis produk herbalife sesuai dengan apa yang mereka pahami. Karena bagaimanapun juga rezeki yang kita peroleh baik itu berupa materi maupun non materi seutuhnya bukan milik kita akan tetapi ada sebagian hak orang lain. Termasuk bagi para pembisnis produk herbalife yang tergabung dalam club agape mulia.

Bab *kelima*, bab ini adalah bab penutup yang berisikan kesimpulan dari keseluruhan penelitian, berupa uraian dari pertanyaan-pertanyaan dan pada bab ini juga dibahas saran dan kritik yang bisa membangun untuk penelitian selanjutnya.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai rasionalitas keagamaan dalam bisnis produk herbalife di rumah sehat herbalife Club agape mulia Pakuncen, Wirobrajan, Yogyakarta, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Untuk menjawab rumusan masalah yang pertama yaitu tipe rasionalitas apa saja yang dimiliki oleh para pembisnis produk herbalife yang tergabung di rumah sehat Club agape mulia, di peroleh hasil bahwa ada tiga tipe rasionalitas antara lain *Pertama*, rasionalitas praktis pembisnis produk herbalife yang tergabung di rumah sehat Club agape mulia, mereka memilih untuk ikut bergabung dalam bisnis produk herbalife karena beberpa factor, salah satu factor yang paling dominan yaitu karena kebutuhan ekonomi, yang di mana merasa punya peluang yang lebih besar dari pekerjaan yang sebelumnya di kerjakan, pilihan inilah yang kemudian menjadi harapan bagi mereka kedepan terhadap kelangsungan hidup mereka. Tujuan mereka ikut bergabung agar bisa membantu keuangan keluarga bagi pembisnis wanita dan bisa memenuhi kebutuhan pokok keluarga bagi pembisnis laki-laki. Hal lain sebagai alasan mereka ikut bergabung di bisnis ini karena setelah melihat

marketing plan dan melihat testimony dari orang-orang yang sukses dalam bisnis ini.

Kedua, rasionalitas teoritis pembisnis produk herblife dapat dilihat dari ungkapan para pembisnis produk herblife yang tergabung di rumah sehat herblife Club agape mulia bahwa setelah membaca dan mempelajari marketing plan yang diterapkan oleh perusahaan herblife tentang pemasarannya maka mereka mulai memutuskan untuk ikut memasarkan produk herblife, karena mereka beranggapan punya peluang besar dibisnis ini dan juga dapat terlihat dari narasumber yang mengungkapkan bahwa adanya kesempatan yang besar untuk bisa menjadi pengusaha karena sudah lama ingin punya usaha sendiri dan juga melihat pengalaman yang sudah pernah terjadi yang di mana selalu gagal dalam menjalankan bisnis.

Ketiga, rasionalitas substantif para pembisnis produk herblife dapat terlihat dari pembisnis produk herblife yang merasakan manfaat setelah bergabung di bisnis produk herblife banyak manfaat yang di dapatkan terutama dalam hal pengembangan diri, yang di mana dulunya malu-malu setelah bergabung jadi lebih percaya diri karena di rumah sehat herblife Club agape mulia di ajari bagaimana menjadi pribadi yang percaya diri dan juga memilih menjadi pembisnis produk herblife karena sebuah tuntutan sebagai kepala keluarga yang harus menghidupi anggota keluarganya.

Pembisnis produk herblife yang tergabung di rumah sehat herblife Club agape mulia selalu mengedepankan hal-hal positif dalam setiap kagaitan

yang mereka jalani. Selalu bersemangat dan bekerja secara professional sehingga hasil yang didapatkan dari penjualan produk herbalife bisa maksimal dan sesuai tarjet yang mereka tentukan. Dengan rasionalitas yang mereka miliki dapat menepis anggapan negatif dari orang-orang tentang sistem bisnis yang di jalankan dalam memasarkan produk herbalife yaitu menggunakan sisitem MLM (Multi Level Marketing). Mereka selalu berfikir positif dan saling memberi motifasi tentang kabaikan agar para pembisnis produk herbalife ini bisa menghasilkan suatu kinerja yang maksimal.

2. Kemudian untuk menjawab rumusan masalah yang kedua tentang Bagaimana nilai-nilai agama yang menjadi rujukan dalam berbisnis di Club Agape Mulia, diperoleh hasil bahwa para pembisnis yang tergabung di rumah sehat herbalife Club agape mulia mempunyai nilai-nilai yang di mana menjadi acuan mereka dalam melakukan bisnisnya. Nilai-nilai para pembisnis produk herbalife tidak terletak pada simbol-simbol melainkan terletak pada perilaku pembisnis produk herbakife ini. Nilai menurut Max Scheler adalah sesuatu yang dituju oleh perasaan yang mewujudkan apriori emosi. Max Scheler mengelompokkan nilai berdasarkan tinggi rendahnya dibagi menjadi empat tingkatan yaiatu nilai kenikmatan, nilai lehidupan, nilai kejiwaan dan nilai kerohanian.

- a. Nilai kenikmatan

Nilai kenikmatan dirasakan oleh pembisnis produk herblife pada setiap aktifitas yang mereka jalani, ketika mereka melayani para pelanggan merupakan

suatu kenikmatan tersendiri bagi mereka. Hal lain yaitu adanya kebersamaan yang merupakan nilai kenikmatan tersendiri di bisnis ini.

b. Nilai kehidupan

Nilai ini terdiri atas nilai-nilai rasa kehidupan yang dapat berupa rasa kesejahteraan baik pribadi maupun kelompok. Perilaku para pembisnis produk herbalife mengandung nilai kehidupan, di mana perilaku mereka dengan menjaga kesehatan baik untuk pribadi maupun untuk para pelanggan mereka merupakan salah cerminan dari nilai kehidupan mereka.

c. Nilai kejiwaan

Pada nilai kejiwaan hal-hal yang berkaitan dengan dimensi fisik seperti yang muncul pada nilai kenikmatan dan nilai kehidupan sudah tidak diutamakan lagi. Pemenuhan hal-hal yang berpengaruh secara fisik bagi manusia haruslah dikorbankan demi nilai kejiwaan ini. Para pembisnis yang tergabung di rumah sehat Club Agape Mulia selalu mengedepankan pelayanan dalam melakukan aktivitas bisnis mereka, dengan mengedepankan pelayanan yang terbaik sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap pelanggan.

d. Nilai kerohanian atau religius

Nilai religius menjadi nilai pada tingkatan tertinggi karena lebih terarah pada entitas yang hakiki yaitu Sang Pencipta. Hal-hal yang dilakukan oleh pembisnis herbalife yang mencerminkan nilai religius diantaranya dengan memanfaatkan rejeki yang diperoleh untuk hal yang positif seperti bersedekah dan

membahagiakan orang tua. Hal ini dilakuakn dengan harapan ridho dari Allah swt. dan bisa memeperlancar rejeki yang akan mereka peroleh.

Nilai-nilai yang mereka miliki merupakan cerminan dari perilaku mereka dalam menjalankan bisnis herblaife. Tinakan-tindakan yang dilakuakn para pembisnis herbalife yang tergabung di rumah sehat Club agape mulia dilakukan dengan atas dasar kesadaran praktis mereka terhadap tanggung jawab sebagai owner, hal ini dibuktikan dengan memberikan pelayanan yang terbaik untuk para pelanggan. Tindakan-tindakan mereka juga mencerminkan rasionalitas subtantif di mana dalam melakukan sebuah tindakan dengan memperhatikan nilai yang terkandung dari tindakan tersebut. dengan begitu, membuktikan bahwa adanya nilai-nilai dari setiap tindakan rasioanalitas yang mereka jalankan.



B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang rasionalitas keagamaan dalam bisnis produk herbalife di rumah sehat Club agape mulia Pakuncen, Wirobrajan, Yogyakarta, maka saran yang dapat penulis kemukakan dalam penelitian ini adalah:

1. Kepada para Owner yang ada di Rumah Sehat Club Agape Mulia
 - a. Selalu menjaga silaturahmi dan komunikasi antar sesama owner agar dalam memasarkan produk herbalife bisa mendapatkan hasil yang lebih maksimal, karena kekompakan dalam tim menentukan keberhasilan dalam berbisnis ini.
 - b. Terus belajar dan inovatif dalam bermarketing agar penjualan bisa lebih maksimal.
 - c. Buatlah kotak saran, agar adanya masukan baik dari segi tempat dan pelayanan yang ada di rumah sehat Club agape mulia.
2. Kepada para customer yang ada di rumah sehat club agape mulia.
 - a. Selalu menjaga silaturahmi antar customer tidak malu-malu dalam berkomunikasi.
 - b. Terbuka dengan owner tentang problem yang dialami saat ini.
 - c. Selalu berfikir positif dalam melakukan program-program kesehatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, bukhoru. *Pengantar Bisnis*. Bandung: Alfabeta. 2012.
- Hardjanto, Imam. Amirullah. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2005.
- Maharani, Sabrina. *Herbal Sebagai Tanaman Mematikan*. Yogyakarta: A+ Plus Book. 2010.
- Neolaka, Amos. *Metode Penelitian dan Statistik*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2014.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif dan K & D*. Bandung: Alfabeta. 2013.
- Sulistiyi, Basuki. *Metode Penelitian*. Jakarta: Penaku. 2010.
- Putri, Dian Eka. Rasionalitas Keagamaan Pengrajin Lansia di Dusun Pendes, Panggunharjo, bantu. Dalam Skripsi Yogyakarta: Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam. 2016
- Firqon, Muhammad. *Rasionalitas ketidak terlibtan perempuan dalam politik. (studi mahasiswi ekstra kampus di fakultas ushuluddin dan pemikiran Islam*. Dalam Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Ushuluddin dan pemikiran Islam. 2016.
- Fatmasari, Ade. *Multi Level Marketing Pada Perusahaan Herbalife Ditinjau Dari Fatwa MUI No. 75/VII/2009 (Studi Kasus Pada Rumah Sehat Club Bagansisapi)*. Dalam Skripsi. Riau: UIN Sultan Syarif Hdayatullah. 2013.

- Arifah, Nur Regina. *Analisis Proses Keputusan Pembelian Produk Nutrition Shake Herbalife di Lima Rumah Nutrisi Kota Bogor*. Bogor: Fakultas Ekonomi dan Manajemen Intitut Pertanian Bogor. 2015.
- Ritzer, George. *Teori Sosiologi Dari Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Terakhir Posmodern*. Yogyakarta: Putaka Pelajar. 2012.
- Kiyosaki, Robert. *Cashflow quadrant*. America: First Plata Publishing Edition, 2011
- Sangaji, Etta Mamang. Sopiah. *Metodologi Penelitian pendekatan praktis dalam penelitian*, Yogyakarta: Andi Offset, 2010.
- Syarwindah, Novita Winny. *Rasionalitas di Balik Identitas Kolektif Hijabie Community di Yogyakarta*. Dalam Skripsi. Yoygakarta: Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam. 2018.
- Bilhaq, Nur Khayati. *Rasionalitas Para Gamers Online Dota 2 di Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga*. Dalam Skripsi. Yogyakarta. Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam. 2017.
- Jariyah, Ayyu Faizatul. *Pengaruh Persepsi Konsumen, Faktor Lingkungan dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Herbalife di Kota Kediri*. Dalam Skripsi. Kediri. Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri. 2016.
- Nikmah, Jazilah Lailatun. *Efektivitas Penggunaan Sosial Media Sebagai Sarana Promosi Terhadap Tujuan Pemasaran Produk Herbalife*. Dalam Tesis. Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Malang. 2013.

Sizemore, Denver. *25 Pelajaran Tentang Doktrin Kristen*. Yogyakarta LATM/GJKI. 2008.

Suhendi, Hendi. *fiqih muamalah*. Jakarta: PT. rajagrafindo persada. 2013.

Djakfar, Muhammad. *etika bisnis islam*. Malang: UIN Malang Press. 2008.

Hak, Nurul. *ekonomi islam, Hukum bisnis syari'ah*. Yogyakarta: Teras. 2011.

Mufriadi, Arief. Setyanto, budi. *etika bisnis islam*. Jakarta: Gramata publishing. 2011.

Astute, Riffely Dewi. *Pengantar Bisnis*. Tangerang selatan: Universitas terbuka. 2013.

Gitosudarmo, Indriyo. *Pengantar bisnis*. Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA. 2003.

Sauri, Sofyan. *Hermansyah, Herlan. Meretas Pendidikan Nilai*. Bandung: CV Arfino Raya. 2010.

Fronidzi, Risiert. *Pengantar Filsafat Nilai*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2011.

Kaswardi. *Pendidikan Nilai Memasuki Tahun 2000*. Jakarta: PT Grasindo. 1993.

Wawancara dengan Mbak Murniati. Penanggung Jawab Rumah Sehat Club Agape Mulia. Pada Bulan Februari 2019.

Wawancara dengan Pak Parminto. Penanggung Jawab Rumah Sehat Club Agape Mulia. Pada Bulan Februari 2019.

Wawancara dengan Mas Cartim. Owner di Rumah Sehat Club Agape Mulia.
Pada Bulan Februari 2019.

Wawancara dengan Mbak Suana. Owner di Rumah Sehat Club Agape Mulia.
Pada Bulan Februari 2019.

Wawancara dengan Mbak Sulistiani. Owner di Rumah Sehat Club Agape Mulia.
Pada Bulan Februari 2019.

Wawancara dengan Tutik Purwanti. Owner di Rumah Sehat Club Agape Mulia.
Pada Bulan Februari 2019.

Wawancara dengan Mbak Sulistiani. Owner di Rumah Sehat Club Agape Mulia.
Pada Bulan Februari 2019.



PEDOMAN WAWANCARA

Wawancara dengan pemilik sekaligus penanggung jawab rumah sehat Club agape mulia

1. Seputar Identitas diri.
2. Seputar rumah sehat Club agape mulia.
 - a. Tahun berapa Club ini berdiri?
 - b. Bagaiman awal (sejarah) berdirinya club ini?
 - c. Apa tujuan mendirikan club ini?
 - d. Apa saja visi misi Club agape mulia?
 - e. Adakah kegiatan ritun di Club agape mulia? Kalau ada, sebutkan dan jelaskan maksud dan tujuan dari masing-masing kegiatan tersebut?

Wawancara dengan member herbalife dengan posisi sebagai member sampai Qualified Producer

1. Seputar Identitas diri
2. Sejak kapan anda mulai kenal dan akhirnya memutuskan untuk mengkonsumsi herbalife?
3. Mengapa anda mengkonsumsi herbalife?
4. Apa yang dirasakan sebelum ataupun sesudah mengkonsumsi herbalife?
5. Sejak kapan bergabung menjadi member herbalife?
6. Sudah berapa lama menjadi member herbalife?
7. Mengapa mau ikut bergabung di bisnis herbalife?
8. Apa posisi anda di herbalife sekarang ini?
9. Apa yang anda dapatkan baik secara pribadi maupun sosial setelah bergabung menjadi member herbalife?
10. Keuntungan yang diperoleh dari berbisnis herbalife ini dimanfaatkan untuk apa saja?
11. Apa harapan anda kedepan di herbalife ini?

Wawancara dengan member herbalife dengan posisi sebagai Supervisor sampai Global Expansion Team (GET)

1. Seputar Identitas diri
2. Sejak kapan anda mulai kenal dan akhirnya memutuskan untuk mengkonsumsi herbalife?
3. Mengapa anda mengkonsumsi herbalife?
4. Apa yang dirasakan sebelum ataupun sesudah mengkonsumsi herbalife?
5. Sejak kapan bergabung menjadi member herbalife?
6. Sudah berapa lama menjadi member herbalife?
7. Mengapa mau ikut bergabung di bisnis herbalife?
8. Apa posisi anda di herbalife sekarang ini?
9. Apa yang anda dapatkan baik secara pribadi maupun sosial setelah bergabung menjadi member herbalife?
10. Keuntungan yang diperoleh dari berbisnis herbalife ini dimanfaatkan untuk apa saja?
11. Apakah keuntungan yang diperoleh hanya untuk memenuhi kebutuhan pribadi anda? Kalau tidak, sebutkan untuk apa saja dan mengapa memutuskan untuk melakukan hal tersebut?
12. Apa pendapat anda tentang herbalife?
13. Apa harapan anda kedepan di herbalife ini?

DAFTAR INFORMAN

| NO. | NAMA | USIA | POSISI DI HERBALIFE |
|-----|----------------------|----------|------------------------|
| 1. | Mbak Murniati | 33 Tahun | Global Expansion (GET) |
| 2. | Pak Parminto | 36 Tahun | Global Expansion (GET) |
| 3. | Mas Cartim | 38 Tahun | Supervisor |
| 4 | Mbak Suana | 43 Tahun | Senior Consultant |
| 5. | Mbak Tutik Puerwanti | 42 Tahun | Success Builder |
| 6. | Mbak Sulistiani | 49 Tahun | Qualified Producer |
| 7. | Mbak Eriani | 31 Tahun | Senior Consultant |

DOKUMENTASI



Rumah sehat herbalife Club agape mulia



Owner herbalife yang tergabung di rumah sehat herbalife Club agape mulia



Peserta kegiatan senam



kegiatan mengisi arisan



**Aktifitas di rumah sehat herbalife Club
agape mulia**



**Kebersamaan antra owner dan pelanggan
herbalife**



**Wawancara dengan salah satu owner
herbalife**



Kegiatan menyebar brosur herbalife



Kegiatan senam



satu paket herbal shake



produk nutrisi sehat herbalife



konsumen herbalife

CURRICULUM VITE

A. DATA DIRI

Nama Lengkap : Achmad Ibnu Masngud
Jenis Kelami : Laki-laki
Tempat/Tanggal Lahir : Purworejo, 17 November 1995
Alamat : Jln. Seturan 3 blok D no. 9, Caturtunggal,
Depok, Sleman, yogyakarta
Tinggi Badan : 168 cm
Agama : Islam
No. Hp. : 085741637442
E-Mail : chmdibnu@gmail.com

B. DATA DIRI

Nama Bapak : Sukarman
Nama Ibu : Jamiah
Alamat : Medut Rt 003 Rw 002, Tepansari, Loano
Purworejo

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

| | |
|--|---------------|
| UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta di Fakultas Ushuluddin | Angkatan 2015 |
| MA AN-Nawawi Berjan Purworejo | 2011-2014 |
| Mondok di Ponpes An-Nawawi Berjan Purworejo | 2011-2014 |
| Mts Negeri Loano | 2008-2011 |
| SD Negeri Tepansari | 2005-2008 |