

**IMPLEMENTASI FUNGSI MANAJEMAN PADA *MULTI LEVEL
MARKETING* (MLM) SYARIAH DI PERSEROAN TERBATAS
HERBA PENAWARAN ALWAHIDA *INTERNATIONAL
CENTER* (PT HPAIC) YOGYAKARTA TAHUN 2019**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I**

Oleh:

**Ghina Fatin Salsabila
NIM 16240045**

Pembimbing:

**Hj. Early Maghfiroh I, S.Ag,M.Si.
NIP.197410251998032 001**

**JURUSAN MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2020**



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-489/Un.02/DD/PP.00.9/06/2020

Tugas Akhir dengan judul : IMPLEMENTASI FUNGSI MANAJEMEN PADA *MULTI LEVEL MARKETING* (MLM) SYARIAH DI PERSEROAN TERBATAS HERBA PENAWAR ALWAHIDA INTERNATIONAL CENTER (PT HPAIC) YOGYAKARTA TAHUN 2019


yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : GHINA FATIN SALSABILA
Nomor Induk Mahasiswa : 16240045
Telah diujikan pada : Rabu, 27 Mei 2020
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR


Ketua Sidang


Early Maghfiroh Innayati, S.Ag. M.Si
NIP. 19741025 199803 2 001

Penguji I


Dr. Andy Dermawan, M.Ag
NIP. 19700908 200003 1 001

Penguji II


Dr. H. Okrisal Eka Putra, Lc, M.Ag
NIP. 19731016 200012 1 001

Yogyakarta, 27 Mei 2020

UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Dekan



Dr. Hj. Nurjannah, M.Si.
NIP. 19600310 198703 2 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Alamat : Jl. Marsda Adisucipto, Telp. (0274) 515856, Fax. (0274) 552230
E-mail: fd@uin-suka.ac.id, Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada
Yth Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb.

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

Nama : Ghina Fatin Salsabila
NIM : 16240045
Judul Skripsi : Implementasi Fungsi Manajemen pada *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah di Perseroan Terbatas Herba Penawar Alwahida *International Center* (PT HPAIC) Yogyakarta Tahun 2019

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Manajemen Dakwah.

Dengan ini kami harapkan agar skripsi/ tugas akhir tersebut dapat segera dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 16 Mei 2020

Mengetahui,
Ketua Jurusan

Drs. M. Rosyid Ridla, M.Si.
NIP.19670104 199303 1 003

Pembimbing

Hj. Early Maghfiroh I. S.Ag.M.Si.
NIP.19741025 199803 2 001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ghina Fatin Salsabia
NIM : 16240045
Program Studi : Manajemen Dakwah
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya , bahwa skripsi yang berjudul **Implementasi Fungsi Manajemen pada *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah di Perscroan Terbatas Herba Penawar Alwahida *International Center* (PT HPAIC) Yogyakarta Tahun 2019** adalah hasil karya pribadi yang tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang kecuali bagian-bagian tertentu yang peneliti ambil sebagai acuan atau tata cara yang dibenarkan secara ilmiah. Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka peneliti siap mempertanggungjawabkan sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 16 Mei 2020

Yang menyatakan



Ghina
Ghina Fatin Salsabila
NIM 16240045

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Alamamaterku

Jurusan Manajemen Dakwah

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta



MOTTO

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الَّذِينَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِهِ صَفًّا كَانَتْهُمْ بُيُوتٌ مَرصُوصٌ

“Sesungguhnya Allah menyukai orang yang berperang di jalan-Nya dalam barisan yang teratur seakan-akan mereka seperti suatu bangunan yang tersusun kokoh.”¹

(Q.S As Shaff:4)



¹ <https://qur'an.kemenag.go.id/sura/61>

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberi rahmat dan inayahNya sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Implementasi Fungsi Manajemen pada *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah di Perseroan Terbatas Herba Penawar Alwahida *International Center* (PT HPAIC) Yogyakarta Tahun 2019”. Shalawat serta salam tercurahkan kepada nabi Muhammad SAW yang kita nantikan syafa’atnya di yaumul akhir.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana jurusan Manajemen Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Semua ini tidak lepas dari bimbingan dan dorongan berbagai pihak, baik secara moril maupun materil. Sudah sepatutnya peneliti mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan untuk terselesaikannya skripsi ini. Untuk itu peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Phil. Sahiron, M.A., Ph.D, selaku Plt. Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta (Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta).
2. Ibu Dr. Hj. Nurjannah, M.Si., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

3. Bapak Drs. M. Rosyid Ridla, M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Aris Risdiana, S.Sos.I., MM., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan selama proses perkuliahan.
5. Ibu Hj. Early Maghfiroh I, S.Ag,M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi atas kesabaran, ketulusan, kasih sayang dalam membimbing dan memberikan ilmu yang bermanfaat, hingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Dosen Jurusan Manajemen Dakwah, yang telah membimbing serta mencurahkan ilmu selama perkuliahan.
7. Bapak Juwari Cadman, selaku Wakil Direktur PT HPAIC yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian.
8. Bapak Agus Giyanto, selaku Manajer Operasional yang telah membantu selama proses penelitian berlangsung.
9. Ibu Sari, selaku Koordniasi Admin HPAIC, yang telah membimbing dan membantu selama proses penelitian berlangsung.
10. Mbak Nia, selaku Admin HPAIC yang telah membantu selama proses penelitian berlangsung.
11. Mbak Riya dan Mas Dodi, selaku anggota MLM Syariah yang sudah membantu untuk melengkapi informasi data skripsi.
12. Diri saya sendiri yang telah berjuang keras untuk menyelesaikan skripsi ini sebagai bekal masa depan.

13. Orang tua tercinta, Ayah Khairil Hamzah dan Ibu Tri Karminah, yang telah mendidik, memberi dukungan, dan menyayangi sepenuh hati.
14. Kerabat terdekat, Mamas Daru, Adek Ayo, Tete Ica, Om Djazim Nadhif, Tante Herlin, Mbak Irva, Mbak Vian, Bintang, Mbak Putri, yang memberi dukungan dari jarak jauh.
15. Teman-teman tercinta, Sibling Amikom, PBDM Tari, Miss Kos Sapen, KKN 138, LKUI'16 Anak Bu Mik, Grup Magang BDK, yang sudah mewarnai hari-hari di Jogja.
16. Teman-teman Manajemen Dakwah 2016, terkhusus Caca, Pia, Fitria, Ida, Ainna.
17. Semua pihak yang telah membantu dan memberi motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Yogyakarta, 11 Mei 2020

Penyusun

Ghina Fatin Salsabila

16240045

ABSTRAK

Ghina Fatin Salsabila, 16240045, Implementasi Fungsi Manajemen pada *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah di Perseroan Terbatas Herba Penawar Alwahida *International Center* (PT HPAIC) Yogyakarta Tahun 2019. Skripsi, Jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi fungsi manajemen pada *multi level marketing* (MLM) Syariah di Perseroan Terbatas Herba Penawar Alwahida *International Center* Yogyakarta (PT HPAIC) tahun 2019. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya target pendapatan perusahaan yang belum tercapai, sumberdaya manusia dan penjualan produk yang harusnya lebih terorganisir dalam pelaksanaannya, namun pada praktiknya masih kurang diperhatikan oleh PT HPAIC.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik uji keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan, fungsi manajemen pada *multi level marketing* syariah tahun 2019 jika ditinjau dengan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengendalian pada *marketing mix* (4P) cukup baik. Namun pada pengorganisasian sumber daya manusia dan penjualan produk perlu diperbaiki agar target pendapatan pada pemasaran produk dapat tercapai.

Kata Kunci: **Fungsi Manajemen, *Multi Level Marketing* Syariah, PT Herba Penawar Alwahida *International Center* Yogyakarta**

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang Masalah.....	3
C. Rumusan Masalah.....	10
D. Tujuan Penelitian.....	10
E. Kegunaan Penelitian.....	10
F. Kajian Pustaka.....	10
G. Kerangka Teori.....	11

H. Metode Penelitian	20
I. Sistematika Pembahasan	26
BAB II: GAMBARAN UMUM PT HPAIC.....	
A. Letak Geografis PT HPAIC	27
B. Sejarah Berdiri dan Perkembangan PT HPAIC	28
C. Visi Misi HPAIC.....	31
D. Produk-Produk HPAIC	31
E. Sarana dan Prasarana HPAIC.....	35
F. Struktur Kepengurusan HPAIC.....	37
BAB III: IMPLEMENTASI FUNGSI MANAJEMEN PADA MLM SYARIAH DI PT HPAIC	
A. Perencanaan	41
1. Perencanaan Produk	41
2. Perencanaan Harga.....	44
3. Perencanaan Promosi	46
4. Perencanaan Tempat	48
B. Pengorganisasian	49
1. Pengorganisasian Produk	53
2. Pengorganisasian Harga	57
3. Pengorganisasian Promosi	62

4. Pengorganisasian Tempat	67
C. Penggerakan.....	71
1. Penggerakan Produk.....	72
2. Penggerakan Harga	76
3. Penggerakan Promosi.....	78
4. Penggerakan Tempat.....	81
D. Pengendalian	84
1. Pengendalian Produk.....	84
2. Pengendalian Harga	86
3. Pengendalian Promosi.....	87
4. Pengendalian Tempat	89
BAB IV: PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	92
B. Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Triangulasi Sumber Data

Gambar 1.2 Triangulasi Teknik

Gambar 2.1 Struktur Organisasi Yayasan Pak Haji HPAIC

Gambar 2.2 Struktur Organisasi MLM Syariah HPAIC

Tabel 2.1 Produk-produk HPAIC

Tabel 3.1 Perusahaan MLM Syariah Bersertifikat DSN MUI

Tabel 3.2 Produk HPA BerBPOM

Tabel 3.3 Pelaksanaan Program Gempur POC Radix 2019



BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul Skripsi

Skripsi ini berjudul “Implementasi Fungsi Manajemen pada *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah di Perseroan Terbatas Herba Penawar Alwahida *International Center* Sleman (PT HPAIC) Yogyakarta Tahun 2019”. Beberapa istilah dari judul tersebut perlu dijelaskan sebagai berikut:

1. Fungsi Manajemen

Kata “manajemen” dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (KBBI) dimaknai sebagai proses pemakaian sumber daya secara efektif untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan.² Menurut George R. Terry dengan pendekatan sudut pandang fungsi, manajemen merupakan sebuah proses yang khas, terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan sasaran-sasaran yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya.³ Sedangkan menurut Mamduh Hanafi, fungsi manajemen terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengendalian.⁴

² Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), hlm,909.

³ George R. Terry, *Asas-Asas Manajemen*, Terjemahan Winardi, (Bandung, Alumni 2012), hlm.4.

⁴ Mamduh Hanafi, *Manajemen*, (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2013), hlm.3.

2. *Multi Level Marketing* Syariah

MLM dalam perspektif Islam adalah salah satu jenis akad jual beli (*al ba'i*) bisa dikatakan sistem penjualan langsung atau pemasaran berjangka untuk memasarkan produk langsung secara mandiri. Selama bisnis MLM tersebut bebas dari unsur-unsur haram seperti *riba' gharar*, *dzulm* dan *maisir* maka hukumnya adalah *mubah*. Sebaliknya, bisnis MLM atau bisnis lain yang mengatasnamakan MLM seperti *money game* yang di dalamnya terdapat unsur *gharar*, *maisir* dan *dzulm* maka hukumnya haram.⁵

3. Perseroan Terbatas Herba Penawar Alwahida *International Center*

HPAIC terletak di Sidosari, Becici, Wono Kerto, Kecamatan Turi, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pemasaran produk-produk herba. HPAIC merupakan anak dari perusahaan HPA yang berpusat di Malaysia. Perusahaan HPAIC ini menjadi lokasi penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Berdasarkan penegasan istilah tersebut, maka yang dimaksud dengan judul “Implementasi Fungsi Manajemen pada *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah di Perseroan Terbatas Herba Penawar Alwahida *International Center* (PT HPAIC) Sleman Yogyakarta Tahun 2019” dalam penelitian ini adalah penerapan fungsi manajemen yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan

⁵ Siti Khalimah, *Marketing Syariah: Hubungan Antara Agama dan Ekonomi* (Banyuwangi: LPPM Institut Agama Islam Ibrahimy Genteng, 2014) hlm.54.

pengendalian pada pemasaran produk dengan sistem MLM Syariah yang telah ditetapkan oleh PT HPAIC tahun 2019.

B. Latar Belakang

Penerapan fungsi manajemen dalam suatu organisasi sangat diperlukan. Fungsi manajemen terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengendalian. Karena dengan menerapkan aspek manajemen tersebut, maka suatu kegiatan dapat berjalan secara terencana, sistematis, berkesinambungan dan mencapai tujuan yang telah ditentukan. Adapun faktor pendorong dalam fungsi manajemen yaitu sumber daya manusia. Organisasi di perusahaan membutuhkan orang yang dapat menetapkan sasaran dan merencanakan segala yang harus dilakukan. Perusahaan membutuhkan orang yang dapat memimpin dan memotivasi orang lain. Dan perusahaan membutuhkan orang yang dapat mengevaluasi apakah sasaran-sasaran perusahaan sudah dicapai secara efektif dan efisien. Orang tersebut adalah manajer.

Manajer adalah seseorang yang melakukan koordinasi dan pengawasan terhadap pekerjaan orang lain, sehingga sasaran dalam sebuah perusahaan dapat tercapai. Pekerjaan seorang manajer bukanlah menyelesaikan tugas-tugasnya pribadi, pekerjaan manajer adalah berupaya membantu orang lain menyelesaikan tugas-tugas mereka dengan baik.⁶ Dengan teori fungsi manajemen seorang manajer dapat menetapkan langkah-langkah untuk mencapai tujuan dari perusahaan tersebut.

⁶ Stephen Robbins, *Manajemen* (Jakarta: Erlangga, 2010), hlm.6.

Multi Level Marketing atau yang lebih dikenal dengan MLM merupakan suatu bisnis yang berhubungan dengan memasarkan suatu produk. Seiring berjalannya waktu, kebutuhan manusia semakin kompleks. Terkait dengan kebutuhan materil, bisnis merupakan salah satu terobosan untuk merubah pola kehidupan kearah yang lebih baik. Semakin banyak kebutuhan manusia, maka semakin besar peluang untuk menciptakan sebuah bisnis dengan tujuan memenuhi kebutuhan manusia. Salah satu bisnis yang sering ramai diperbincangkan adalah MLM.

Bisnis MLM bukan merupakan suatu cara ajaib yang bisa mendatangkan uang dengan cepat dan mudah, karena sesungguhnya MLM merupakan metode bisnis alternatif yang berhubungan dengan pemasaran dan disitribusi. Kesuksesan dari MLM tergantung dari kualitas produk yang ditawarkan.⁷

MLM sendiri pada dasarnya berada dibawah pengawasan Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI), sebuah asosiasi yang beranggotakan perusahaan-perusahaan penjualan langsung atau *multi level marketing* yang berdomisili dan beroperasi di Indonesia dalam tingkat nasional. Misi dari APLI yakni mewujudkan suatu industri penjualan langsung di Indonesia yang dapat tumbuh secara berkelanjutan melalui upaya penciptaan iklim usaha yang sehat.⁸ Perusahaan yang menggunakan sistem MLM di Indonesia tahun 2019 tercatat sebanyak 400

⁷ Benny Santoso, *All About MLM: Memahami Lebih Jauh MLM dan Pernak-perniknya* (Yogyakarta: Andi Offset, 2006), hlm.27.

⁸ Andrias Harefa, *Pesona Bisnis Dirrect Selling dan MLM* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000),hlm.187.

perusahaan.⁹ Sedangkan yang telah memiliki izin beroperasi menggunakan sistem MLM tahun 2019 hanya ada 96 perusahaan.¹⁰ Dari pemaparan tersebut masih ada sekitar 304 perusahaan belum mendapatkan izin legal menggunakan sistem MLM. Artinya banyak perusahaan ilegal mengatasnamakan sistem MLM, namun tidak berada dibawah pengawasan APLI, karena belum terdaftar dan tersertifikasi sebagai anggota. Hal ini dapat berdampak penyalahgunaan dari perusahaan tersebut pada pengoperasian sistem MLM sehingga mencorengnama baik sistem MLM sendiri.

Pada kenyataannya bisnis MLM hingga saat ini masih tetap ada, bahkan MLM berbasis syariah sudah mulai berkembang, yakni DSN MUI telah mengeluarkan fatwa No 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) termasuk *multi level marketing* di dalamnya.¹¹

Berikut ini adalah kolaborasi kriteria dari MLM Syariah menurut Achmad Muslich¹², dengan ketentuan Fatwa DSN MUI No 75 tahun 2009¹³ untuk perusahaan dalam menjalankan bisnis MLM Syariah:

⁹ Hazliansyah, "Bisnis MLM Kerap Dicap Negatif, Apa Alasannya?", <https://www.google.com/amp/s/m.republika.co.id/amp/orb3uo280>, diakses Sabtu 10 Juni 2017 07:54 WIB.

¹⁰ <https://apli.or.id/>

¹¹ Danang Sugianto, "Sekarang Ada MLM Halal Lho, Seperti Apa Ya?", <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4464930/cara-bedakan-mlm-halal-dan-haram/3>, diakses pada Selasa 12 Maret 2019 16:31 WIB.

¹² Achmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Amzah, 2015), hlm.618.

¹³ <https://dsnemui.or.id/pedoman-penjualan-langsung-berjenjang-syariah-plbs/>

1. Produk yang dipasarkan harus halal, berkualitas, dan menghindari *syubhat*.
2. Ada obyek transaksi riil yang diperjual belikan berupa barang atau produk jasa.
3. Sistem akadnya harus memenuhi kaidah dan rukun jual beli sebagaimana yang terdapat dalam hukum Islam.
4. Kegiatan operasional, kebijakan, *corporate culture*, dan sistem akuntansinya harus sesuai dengan syariah.
5. Tidak ada upaya untuk melakukan *mark up* harga barang melampaui batas kewajaran (misalnya dua kali lipat), sehingga anggota terzalimi dengan harga yang sangat mahal, tidak sepadan dengan kualitas dan manfaatnya.
6. Struktur manajemennya memiliki Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang terdiri dari para ulama yang memahami masalah ekonomi.
7. Formula intensif harus adil, tidak menzalimi *downline* dan tidak menempatkan *upline* hanya sebagai anggota yang menerima pasif *income* tanpa bekerja.
8. Pembagian bonus harus mencerminkan usaha masing-masing anggota.
9. Tidak ada eksploitasi dalam aturan pembagian bonus antara orang yang awal menjadi anggota dengan yang akhir (belakangan).
10. Bonus yang diberikan harus jelas angka nisbahnya sejak awal. Tidak menitik beratkan kepada barang-barang tersier ketika umat masih bergelut dengan pemenuhan kebutuhan primer.
11. Cara penghargaan kepada mereka yang berpotensi tidak boleh mencerminkan sikap hura-hura dan pesta pora karena sikap tersebut tidak sesuai dengan syariah.

12. Perusahaan MLM harus berorientasi kepada kemaslahatan ekonomi umat.

Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan *ighra*.

13. Setiap mitra usaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya tersebut.

14. Tidak melakukan kegiatan *money game*.

Dengan adanya pengeluaran fatwa ini, dapat dijadikan acuan bagaimana suatu perusahaan manajemen bisnis MLM untuk dijalankan dengan semestinya, terutama bagi umat muslim yang lebih mengutamakan halal dan berkahnya dalam menjalankan suatu bisnis. Allah melarang berbisnis jika menggunakan jalan yang *bathil*, Qur'an Surat An Nisa : 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.¹⁴

¹⁴ <https://quran.kemenag.go.id/sura/4>

Ayat tersebut ditegaskan bahwa dalam menjalankan bisnis perniagaan kita harus melalui jalan yang benar, tidak keluar dari syariat. Dalam perniagaan, harus di dasarkan suka dengan suka, tidak ada unsur paksaan dari salah satu pihak. Begitu juga dengan bisnis MLM, antara pihak perusahaan produk dengan pihak konsumen tidak boleh ada unsur paksaan ataupun tekanan.

PT Herba Penawar Alwahida atau lebih dikenal dengan PT HPA adalah salah satu perusahaan produk herba yang menjalankan bisnisnya dengan sistem MLM, berpusat di Malaysia dengan pendirinya bernama Tuan Haji Ismail. Pada tahun 2012 dibentuk PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (PT HPAI). PT HPAI merupakan anak perusahaan dari PT HPA yang berpusat di Malaysia, namun di tahun 2016 PT HPAI memisahkan diri dari PT HPA dan mengganti namanya dari perusahaan *Multi Level Marketing* menjadi *Halal Network International* (HNI). Lepasnya PT HPAI dari MLM, membuat HPA melakukan ekspansi pada tahun 2017 di Indonesia dengan membangun *HPA International Center* (HPAIC) yang berlokasi di Turi, Sleman, Yogyakarta.¹⁵ Lepasnya PT HPAI dengan menggunakan sistem baru, tidak membuat Tuan Haji Ismail selaku *owner* berputus asa. Beliau tetap konsisten dengan memasarkan produk HPA miliknya dengan sistem MLM Syariah. Walaupun sudah menyatakan tidak menggunakan sistem MLM, pada kenyataannya PT HPAI tetap

¹⁵ <https://hpainternational.id/tentang-hpa/>

menjual produk dengan label herba dan resep yang sama dengan PT HPAIC, bahkan beberapa produk dari PT HPAIC tetap dijual oleh PT HPAI.¹⁶

PT HPAIC merupakan perusahaan MLM Syariah yang belum lama berdiri yakni pada tahun 2017 dan diberi sertifikat halal oleh DSN MUI pada tahun 2018. Visi dari PT HPAIC sendiri pada dasarnya adalah meningkatkan perekonomian umat muslim. Tahun 2019 tercatat ratusan jenis produk kesehatan yang di edarkan oleh PT HPAIC. Dengan menggunakan sistem MLM Syariah dan PT HPAI tetap memasarkan beberapa produk milik PT HPAIC, namun dalam target penjualan produk PT HPAIC pada tahun 2019 belum tercapai.¹⁷ Pencapaian tujuan ataupun target sebuah perusahaan, ditentukan berdasarkan bagaimana manajemen yang diterapkan di dalam perusahaan tersebut, apakah sudah efektif dan efisien atau belum.

Sesuai penjelasan singkat tersebut peneliti ingin mengetahui apakah fungsi manajemen pada MLM Syariah sudah sepenuhnya diterapkan oleh HPAIC? Hal ini yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan menarik judul “Implementasi Fungsi Manajemen pada *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah di Perseroan Terbatas Herba Penawar Alwahida *International Center* (PT HPAIC) Yogyakarta Tahun 2019.”

¹⁶ Hasil wawancara dengan Ibu Sari (Koordinasi Admin HPAIC) di kantor HPAIC, 10 Januari 2020, 10.17 WIB.

¹⁷ Hasil wawancara dengan Ibu Sari (Koordinasi Admin HPAIC) di kantor HPAIC, 10 Januari 2020, 10.28 WIB.

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana implementasi fungsi manajemen pada *multi level marketing* syariah di Perseroan Terbatas Herba Penawar Alwahida *International Center* Sleman Yogyakarta tahun 2019?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi fungsi manajemen pada *multi level marketing* syariah di Perseroan Terbatas Herba Penawar Alwahida *International Center* Sleman Yogyakarta tahun 2019.

E. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi terhadap bidang kajian ilmu manajemen pemasaran dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dan menambah wawasan terkait MLM Syariah.
- b. Sebagai upaya untuk mengetahui tentang implementasi manajemen MLM Syariah yang ada di PT HPAIC Sleman Yogyakarta.

2. Secara Praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan wawasan dan menambah keilmuan bagi peneliti dalam manajemen dakwah terkait MLM Syariah.

b. Bagi PT HPAIC Sleman Yogyakarta

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap manajemen MLM Syariah yang diterapkan di PT HPAIC, serta sebagai bahan

evaluasi yang menjadi alat ukur dan bahan pertimbangan dalam menerapkan keputusan yang lebih efektif dan efisien di PT HPAIC.

c. Bagi Manajemen Dakwah

Memberikan informasi dan kontribusi praktis dalam mengoptimalkan peranan ilmu manajemen berbasis syariah.

F. Kajian Pustaka

Tujuan dari uraian telaah pustaka ini adalah untuk menunjukkan originalitas penelitian dan memberikan kejelasan serta batasan terhadap apa yang diteliti oleh peneliti, guna membedakan dan membatasi penelitian ini dengan penelitian-penelitian yang telah dilakukan oleh penelitian lainnya. Berdasarkan hasil penelusuran terhadap beberapa penelitian adalah :

Penelitian dari Ziana Rifda (2018) dengan judul “Strategi Pemasaran *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah Paytren dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen di Tulungagung”. Hasil penelitiannya strategi pemasaran yang digunakan pada perusahaan Paytren yaitu pertama, mitra paytren berusaha menjaring konsumen membeli paket produk perusahaan dengan harga tertentu. Kedua, dengan membeli paket produk perusahaan tersebut, calon mitra diberi aplikasi dari perusahaan. Ketiga, sesudah menjadi mitra, maka tugas adalah mencari mitra baru dengan cara seperti diatas yaitu membeli produk perusahaan dan mengisi biodata dalam aplikasi. Keempat, para mitra baru juga bertugas mencari calon mitra baru lainnya dengan cara seperti diatas, yaitu membeli produk perusahaan dan mengisi biodata dalam aplikasi. Kelima, jika mitra mampu menjaring mitra baru yang banyak, maka ia akan

mendapat bonus, semakin banyak mitra yang daoat dijaring, maka semakin banyak pula bonus yang didapatkan karena perusahaan merasadiuntungkan oleh banyaknya mitra yang sekaligus menjadi konsumen paket produk perusahaan. Keenam, dengan adanya para mitra baru yang sekaligus menjadi konsumen paket produk perusahaan, maka mitra yang berada pada level pertama, kedua dan seterusnya akan selalu mendapatkan bonus secara estafet dari perusahaan tetapi hal itu juga dibatasi untuk merekrut mitra.¹⁸

Persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama membahas MLM dalam segi syariah dan lebih menekankan dalam lingkup pemasarannya. Perbedaanya perusahaan yang di teliti dengan konsep MLM berupa perkembangan digital (jasa) bukan perusahaan dengan produk barang.

1. Penelitian dari Muhammad Amin (2017), dengan judul “Strategi Pemasaran MLM (*Multi Level Marketing*) pada PT Natural Nusantara Cabang Purwekerto”. Hasil penelitiannya yaitu MLM pada PT Natural Nusantara cabang Purwekerto sesuai dengan ekonomi Islam, karena jika dilihat dari sistem MLM di perusahaaan tersebut tidak mengandung unsure *money game*. Dilihat dari semua produk sudah mendapat ijin dari BPOM, serta sertifikasi halal MUI. Sedangkan

¹⁸ Ziana Rifda, *Strategi Pemasaran Multi Level Marketing (MLM) Syariah Paytren dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen di Tulungagung*, <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/9684/>, diakses pada 18 Oktober 2018.

sistem bonus yang diberikan oleh PT Natural Nusantara tidak lain adalah karena prestasi kerja yang dilakukan oleh distributor yang memasarkan produk.¹⁹

Persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama membahas strategi MLM yang diterapkan oleh suatu perusahaan. Perbedaan dari penelitian ini yaitu perusahaan yang diteliti fokus pada penggerakannya, tidak mencakup seluruh aspek fungsi manajemen pada pemasarannya.

2. Penelitian dari Eka Rosyidah (2018) dengan judul “Penerapan Fungsi Manajemen pada Unit Usaha Pelatihan Membatik *Nggonen* di Pondok Pesantren *Raudhatul Muttaqien* Kalasan Kabupaten Sleman”. Hasil penelitiannya yaitu perencanaan pelatihan membatik dengan menyebarkan brosur penawaran pelatihan membatik ke beberapa sekolah. Pengorganisasian pada penelitian ini adalah hubungan kerja dibangun dengan penanaman rasa tanggung jawab kepada tugas masing-masing anggota. Pemberian motivasi diberikan dari *internal* tim batik. Pengawasan lebih difokuskan pada pos penyantingan sebagai antisipasi agar lilin yang panas tidak melukai peserta pelatihan membatik.²⁰

¹⁹ Muhammad Amin, *Strategi Pemasaran MLM (Multi Level Marketing) pada PT Natural Nusantara Cabang Purwokerto*, <http://repository.iainpurwokerto.ac.id/>, diakses pada 21 Juni 2017.

²⁰ Eka Rosyidah, *Penerapan Fungsi Manajemen pada Unit Usaha Pelatihan Membatik Nggonen di Pondok Pesantren Raudhatul Muttaqien Kalasan Kabupaten Sleman*, <http://digilib.uin-suka.ac.id/>, diakses pada 7 Februari 2018.

Persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan teori fungsi manajemen, kemudian menjabarkan bagaimana implementasinya. Perbedaan dari penelitian ini yaitu subjek dan objek penelitian yang digunakan.

G. Kerangka Teori

1. Tinjauan Tentang Fungsi-Fungsi Manajemen

Dalam suatu perusahaan, pasti dibutuhkan manajemen yang baik. Manajemen yang baik tentunya mengacu pada fungsi-fungsi manajemen itu sendiri, adapun fungsi-fungsi manajemen menurut Mamduh Hanafi yakni sebagai berikut²¹ :

- a. Perencanaan: Merupakan fungsi manajemen yang pertama dan merupakan fungsi yang paling penting. Perencanaan mempunyai manfaat karena dapat meningkatkan koordinasi, mengurangi ketidakpastian, dan dapat digunakan untuk pengendalian. Ada beberapa jenis perencanaan: misi, tujuan, strategi, kebijakan, prosedur, aturan, program, dan anggaran. Proses perencanaan dimulai dari misi organisasi, yang kemudian diteruskan dengan tujuan dan perencanaan strategis. Rencana strategis ditujukan untuk mencapai tujuan strategis. Dari keduanya kemudian diturunkan tujuan dan perencanaan taktis, yang kemudian diturunkan tujuan dan rencana operasional. Ada 2 jenis rencana operasional, yaitu *standing* dan *single use plan*. *Single use plan* ditujukan untuk kegiatan yang tidak berulang, sedangkan rencana *standing* ditujukan untuk kegiatan yang berulang-ulang. Perencanaan situasional

²¹ Mamduh Hanafi, *Manajemen*, (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2013), hlm.3.

merupakan perencanaan yang bermanfaat dalam situasi ketidakpastian. Dalam rencana tersebut, jika ada kejadian situasional maka rencana alternatif yang akan dikerjakan. Perencanaan diperlukan untuk mengarahkan kegiatan organisasi.

- 1) Rencana ditetapkan untuk organisasi secara keseluruhan.
 - 2) Rencana yang lebih detail, untuk masing-masing bagian atau divisi ditetapkan.
- b. Pengorganisasian: Merupakan kegiatan mengkoordinir sumberdaya, tugas, otoritas diantara anggota organisasi agar tujuan organisasi dapat tercapai dengan cara efektif dan efisien. Komponen struktur organisasi mencakup wewenang, departementalisasi, hubungan pelaporan, dan desain kerja. Wewenang merupakan kekuasaan legitimasi yang dipunyai oleh manajer. Ada dua pandangan terhadap wewenang, yaitu pandangan klasik dan penerimaan. Pandangan klasik mengatakan bahwa wewenang turun dari atas secara hirarkis turun ke bawah. Menurut pandangan penerimaan, wewenang terjadi karena bawahan bersedia menerima perintah. Dalam organisasi ada wewenang lini dan staf. Wewenang lini yaitu manajer yang mengambil keputusan untuk tujuan organisasi secara langsung. Wewenang staf yaitu orang yang memberi nasehat kepada manajer lini.

Departementalisasi merupakan pengelompokkan kerja. Ada beberapa jenis departementalisasi, yaitu produk, fungsional, wilayah, dan lainnya. Departementalisasi ditujukan agar organisasi lebih efektif dalam pencapaian

tujuan. Desain kerja menetapkan tanggung jawab kerja seorang individu. Ada 4 pendekatan desain kerja: mekanis/spesialis, motivasional, biologi, dan *perceptual/motor*. Pendekatan mekanis bertujuan meningkatkan efisiensi kerja dengan memcah pekerjaan ke dalam unit yang lebih kecil. Unit yang kecil tersebut membuat pekerjaan mudah dipelajari dan mudah dilakukan secara berulang. Pendekatan motivasional mencoba menghilangkan sisi negatif pendekatan klasik yang tidak memperhatikan kepuasan kerja. Model ini bertujuan untuk meningkatkan motivasi dan kepuasan kerja. Beberapa cara untuk meningkatkan motivasi yaitu *job enlargement*, *job enrichment*, dan *flexitime*. Pendekatan biologi dan *perceptual* mencoba mendesain kerja dengan memperhitungkan keterbatasan fisik atau mental manusia.

- c. Penggerakan: Adalah sebuah langkah bagaimana orang-orang bekerja untuk mencapai tujuan organisasi. Manajer perlu mengarahkan orang-orang tersebut. Lebih spesifik lagi meliputi kegiatan pengarahan, mempengaruhi orang lain, memotivasi orang tersebut untuk bekerja. Penggerakan biasanya dikatakan sebagai kegiatan manajemen yang paling menantang dan paling penting karena langsung berhadapan dengan manusia. Memahami motivasi yakni faktor yang membuat seseorang berbuat sesuatu, merupakan hal yang penting bagi manajer, karena manajer mencapai tujuan organisasi melalui orang lain. Ada 3 pendekatan terhadap motivasi yaitu pendekatan klasik, *human relation*, dan manajemen sumberdaya manusia. Pendekatan klasik menekankan pentingnya uang, pendekatan *human relation* menekankan

pentingnya kontak sosial, dan pendekatan manajemen sumberdaya manusia menekankan pentingnya pekerjaan itu sendiri, sebagai sumber motivasi.

- d. Pengendalian: Pengendalian manajemen adalah usaha sistematis untuk menetapkan standar prestasi tertentu dengan perencanaan, mendesain sistem umpan balik informasi, membandingkan prestasi yang sesungguhnya dengan standar prestasi, menentukan apakah terjadi penyimpangan dan mengukur apakah penyimpangan tersebut berarti, dan melakukan perbaikan yang diperlukan untuk memastikan bahwa semua sumberdaya perusahaan digunakan dengan cara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan organisasi. Manajer harus selalu selalu memonitor kemajuan organisasi.

- 1) Menentukan standar prestasi.
- 2) Mengukur prestasi yang telah dicapai.
- 3) Membandingkan prestasi yang telah dicapai dengan standar prestasi yang ditetapkan.
- 4) Melakukan perbaikan jika ada penyimpangan dari standar prestasi yang telah ditentukan, dan kemudian kembali lagi ke perencanaan untuk periode berikutnya.

2. Tinjauan tentang Multi Level Marketing (MLM) Syariah

a. Pengertian Multi Level Marketing Syariah

Multi Level Marketing atau MLM disebut juga *Network Marketing*, *Multi Generation Marketing*, dan *Uni Level Marketing*. Namun dari semua istilah tersebut yang paling populer adalah *Multi Level Marketing*. MLM

adalah sebuah sistem jaringan distribusi yang dibangun secara permanen dengan memposisikan pelanggan perusahaan sekaligus sebagai tenaga pemasaran. Dengan kata lain, MLM adalah pemasaran berjenjang melalui jaringan distribusi yang dibangun dengan menjanjikan konsumen (pelanggan) sekaligus sebagai tenaga pemasaran.²²

Sedangkan pengertian MLM dalam perspektif Islam adalah salah satu jenis akad jual beli (*al ba'i*) bisa dikatakan sistem penjualan langsung atau pemasaran berjaring untuk memasarkan produk langsung secara mandiri. Selama bisnis MLM tersebut bebas dari unsur-unsur haram seperti *riba'*, *gharar*, *dzulm* dan *maisir* maka hukumnya adalah *mubah*. Sebaliknya, bisnis MLM atau bisnis lain yang mengatasnamakan MLM seperti *money game* yang di dalamnya terdapat unsur *gharar*, *maisir* dan *dzulm* maka hukumnya haram.²³

Adapun komponen pemasaran yang diterapkan oleh setiap perusahaan, komponen 4P (*product, price, promotion, place*) dalam pemasaran²⁴:

- 1) Produk: Produk merupakan elemen penting dalam sebuah program pemasaran. Strategi produk dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya, produk yang dijual belikan maupun kualitas produk harus

²² Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, Cetakan ke III (Jakarta: Amzah, 2015), hlm.613.

²³ Siti Khalimah, *Marketing Syariah: Hubungan Antara Agama dan Ekonomi* (Banyuwangi: LPPM Institut Agama Islam Ibrahimy Genteng, hlm.54.

²⁴ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Terjemahan Hendra Teguh, dkk. (Jakarta: Erlangga, 2014), hlm.96.

diperhatikan. Pembelian sebuah produk bukan hanya sekedar untuk memiliki produk tersebut, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

- 2) Harga: Harga merupakan satu-satunya unsure bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur lainnya menimbulkan biaya. Harga merupakan salah satu unsur bauran pemasaran paling fleksibel, harga mudah diubah dengan cepat. Komponen untuk menentukan sebuah harga produk yaitu harga terdaftar, potongan harga, periode pembayaran, syarat kredit.
- 3) Promosi: Promosi merupakan salah satu jenis komunikasi yang sering dipakai oleh pemasar. Sebagai salah satu elemen bauran promosi, promosi penjualan merupakan unsur penting dalam kegiatan promosi produk. Promosi merupakan upaya untuk meningkatkan permintaan konsumen atau untuk memperbaiki kualitas produk.
- 4) Tempat: Lokasi berarti berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya. Dalam hal ini ada tiga jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi, yaitu konsumen mendatangi pemberi jasa, pemberi jasa mendatangi konsumen, dan pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu langsung.

H. Metode penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan, yakni kegiatan penelitian di lingkungan tertentu untuk mengadakan pengamatan dan memperoleh data. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.²⁵

2. Subjek dan Objek Penelitian

- a. Subjek penelitian identik dengan data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumber data atau dari hasil penelitian lapangan.²⁶ Subjek dari penelitian ini adalah PT Herba Penawar Alwahida *International Center Sleman* Yogyakarta.
- b. Objek penelitian identik dengan data sekunder.²⁷ Yang menjadi titik fokus penelitian adalah fungsi manajemen pada *multi level marketing* syariah.

3. Metode Pengumpulan Data

a. Observasi

Metode pertama yang peneliti gunakan untuk mengumpulkan data adalah metode observasi. Observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan.

²⁵ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kualitatif R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm.8.

²⁶ *Ibid.*, hlm.13.

²⁷ *Ibid.*, hlm.13.

Data dapat dikumpulkan melalui obeservasi. Ada 3 macam observasi, yakni observasi partisipatif, observasi terus terang atau tersamar, dan observasi tak berstruktur.²⁸ Dalam hal ini, peneliti akan memperhatikan dan mengamati kondisi lingkungan di PT HPAIC dengan berbagai peristiwa yang berkaitan dengan fungsi manajemen pada MLM Syariah.

b. Wawancara

Metode ini digunakan untuk menggali informasi lebih dalam lagi. Jenis interview yang digunakan adalah wawancara terstruktur, yaitu digunakan sebagai teknik pengumpulan data. Dalam melakukan wawancara, pengumpul data telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis. Dengan menggunakan wawancara terstruktur, pengumpulan data dapat menggunakan beberapa pewawancara dengan pertanyaan yang sama sebagai pengumpul data.²⁹ Dalam hal ini peneliti akan mewawancarai 3 narasumber yaitu Manajer HPAIC, karyawan HPAIC, anggota MLM Syariah.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dapat berupa tulisan, gambar, atau karya-karya monumental. Metode dokumentasi merupakan studi dokumen yang berupa data-data tertulis yang mengandung

²⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R&D* (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm.226.

²⁹ *Ibid.*, hlm. 233.

keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual.³⁰ Dalam hal ini peneliti dapat mencari data berupa catatan buku, jurnal, bulletin, majalah, artikel, foto-foto, dan dokumentasi lainnya terkait fungsi manajemen MLM Syariah di PT HPAIC.

4. Analisis Data

Tahapan dalam analisis data yang akan dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut³¹ :

a. Koleksi data

Koleksi data adalah pengumpulan data yang dilakukan peneliti untuk memudahkan peneliti dalam menganalisis dan mengolah data tersebut. Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara, observasi, dan studi kepustakaan yang dapat mendukung penelitian ini.

b. Reduksi Data

Pada tahap reduksi, data dan informasi diolah untuk menelaah keseluruhan data dari catatan lapangan. Telaah ini dilakukan untuk menemukan hal-hal pokok atau penting dari obyek yang diteliti, mereduksi data berarti merangkum hal-hal penting dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang

³⁰ *Ibid.*, hlm. 240.

³¹ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kualitatif R&D* (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm.337-338.

lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan selanjutnya.

c. Penyajian Data

Pada tahap *display* dilakukan kegiatan penyajian data secara sistematis, terorganisasi, tersusun dalam pola hubungan sehingga akan lebih mudah dipahami, penyajian data dalam bentuk teks dan bersifat naratif. Maka berdasarkan kesimpulan inilah data tersebut akan diberi makna yang relevan dengan penelitian.

d. Verifikasi

Pada tahap verifikasi dilakukan penarikan kesimpulan dari data yang telah diperoleh dari pra survei, catatan lapangan, wawancara, dan dokumentasi. Kesimpulan dalam penelitian diharapkan dapat menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan sejak awal, dan temuan baru ini bersifat deskriptif atau suatu gambaran objek yang dipaparkan secara terperinci.

5. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian ini akan menggunakan uji kredibilitas data yakni triangulasi. Triangulasi dalam pegujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu.

Jenis Triangulasi terdiri dari triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu.³² Peneliti akan menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

Triangulasi sumber yaitu untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh dari beberapa sumber. Data yang berasal dari sumber tersebut, di deskripsikan, dikategorisasikan, mana pandangan yang sama, mana pandangan yang berbeda, dan mana yang spesifik dari ketiga sumber tersebut. Data yang telah dianalisis peneliti menghasilkan kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan dengan tiga sumber tersebut.³³

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya data diperoleh observasi, wawancara, dokumentasi, atau kuesioner. Bila dengan tiga teknik pengujian kredibilitas data tersebut, menghasilkan data yang berbeda-beda maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan atau yang lain untuk memastikan data mana yang dianggap benar. Atau mungkin semuanya benar, karena sudut pandang yang berbeda-beda.³⁴

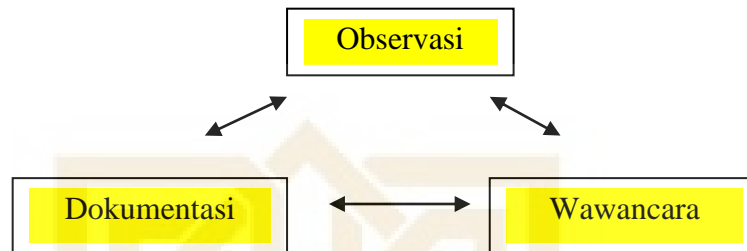
³² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R&D* (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm.270.

³³ *Ibid.*, hlm 274.

³⁴ *Ibid.*, hlm.275.

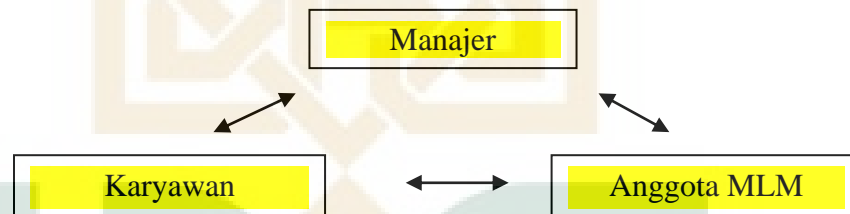
Gambar 1.1

Triangulasi Pengumpulan Data



Gambar 1.2

Triangulasi Sumber Pengumpulan Data



I. Sistematika Pembahasan

Gambaran umum sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab I, adalah pendahuluan yang berisi tentang penegasan judul, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teoritik, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II, adalah gambaran umum, berisi tentang letak geografis PT HPAIC, sejarah berdiri dan perkembangan, visi dan misi, struktur kepengurusan, data-data yang terkait dengan penelitian.

Bab III, adalah pembahasan, berisi tentang implementasi fungsi manajemen pada MLM Syariah di HPAIC.

Bab IV, merupakan bab penutup yang berisi tentang kesimpulan, saran-saran, dan kata penutup. Pada proposal ini akan diakhiri dengan daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup.

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan di PT Herba Penawar Al Wahida *International Center* dan anggota MLM Syariah, dapat disimpulkan bahwa implementasi fungsi manajemen dari aspek perencanaan, pengorganisasian, pergerakan, dan pengendalian pada 4P berjalan cukup baik, namun beberapa mengalami kendala yakni pada pengorganisasian produk, yaitu belum semua produk yang beredar telah berBPOM. Dan tujuan Gempur POC Radix 2019 yang belum tercapai, dikarenakan pengorganisasian promosi kurang terkoordinir dengan maksimal. Berikut ini secara garis besar fungsi manajemen pada *multi level marketing* syariah di PT HPAIC tahun 2019:

1. Perencanaan

- a. Perencanaan produk yang diperjual belikan yaitu produk herba dengan sistem MLM Syariah. Bertujuan untuk meningkatkan perekonomian dan kepentingan sosial umat muslim. Perencanaan dalam jangka pendek yaitu pendapatan 30 milyar pada tahun 2019.
- b. Perencanaan harga ditentukan oleh Pimpinan HPAIC dengan harga yang standar di setiap produknya.

- c. Perencanaan promosi dilakukan dengan cara pengadaan seminar rutin setiap bulan dan seminar program Gempur POC Radix 2019 untuk merekrut anggota MLM Syariah dan memasarkan produknya.
- d. Perencanaan tempat untuk jual beli produk, yaitu PT HPAIC berperan sebagai distributor produk-produk dari HPA disertai dengan perluasan ekspansi yang ada di HPAIC.

2. Pengorganisasian

- a. Pengorganisasian produk yakni melalui tahapan GMP, DSN MUI yang dikoordinir oleh Pimpinan, dan proses pengurusan izin edar dari BPOM yang dikoordinir oleh Koordinasi Admin.
- b. Pengorganisasian harga yakni harga produk di tetapkan oleh pimpinan dengan ketentuan anggota MLM Syariah mendapatkan potongan pada saat belanja produk.
- c. Pengorganisasian promosi pada program Gempur POC Radix dikoordinir oleh Wakil Direktur. Sedangkan penyuluhan dari lingkungan sekitar terkait program Gempur POC Radix dilakukan oleh bagian internal HPAIC, Manajer Operasional dan Koordinasi Admin.
- d. Pengorganisasian tempat pada pembelian produk *offline* dapat melalui Agen Stokis atau anggota MLM Syariah. Secara *online* melalui web resmi HPA dengan *server* otomatis.

3. Penggerakan

- a. Penggerakan produk yakni Pimpinan HPAIC mengarahkan para karyawannya untuk senantiasa menjaga prinsip-prinsip Islam dalam pengelolaan produknya. Dan tahun 2019 produk HPA sudah mendapatkan izin edar produk sebanyak 14 jenis produk dari 107 jenis produk.
- b. Penggerakan harga, HPAIC memberikan harga yang berbeda antara konsumen biasa dengan anggota MLM Syariah, yakni bagi anggota MLM Syariah yang berbelanja membeli produk mendapat potongan harga kisaran 20% - 30% pada setiap itemnya.
- c. Penggerakan promosi yang dilakukan oleh Pimpinan HPAIC yakni memberikan pelatihan dan pengobatan kepada anggota MLM Syariah. Dan memotivasi anggota MLM Syariah untuk berwirausaha.
- d. Penggerakan tempat, pelaksanaan program Gempur POC Radix 2019 dilaksanakan di 25 kota, yang awalnya pada poin perencanaan di targetkan di 50 kota. Pelaksanaan tersebut dilaksanakan dalam kurun waktu 2 bulan.

4. Pengendalian

- a. Pengendalian produk yang dilakukan yakni melalui laporan rekap yang diserahkan oleh HPAIC kepada pimpinan. Dengan laporan rekap tersebut, maka pimpinan mengetahui perkembangan dari produknya.

- b. Pengendalian harga produk-produk yang di distribusikan dalam kondisi harga yang stabil sejak tahun 2017.
- c. Pengendalian promosi, kembali melakukan penyusunan promosi untuk target program Gempur POC Radix 2020 dalam rangka mencapai target perusahaan.
- d. Pengendalian tempat yakni letak HPAIC sebagai tempat kegiatan distribusi cukup strategis dan jual beli. Pembelian dapat dilakukan secara *online* ataupun *offline* melalui Agen Stokis HPAIC ataupun anggota MLM Syariah.

B. Saran

Dari penelitian tersebut, kiranya ada sedikit saran dan masukan untuk PT Herba Penawar Al Wahida *International Center* dan peneliti selanjutnya.

1. PT Herba Penawar Al Wahida *International Center*

PT HPAIC sebaiknya menambah jumlah SDM yang profesional dan sesuai bidangnya, agar segala tatanan kegiatan ataupun program yang akan dilaksanakan dapat berjalan dengan baik, sehingga tujuan dari perusahaan dapat tercapai.

Pimpinan HPAIC lebih memperhatikan 4P yang mencakup *product*, *promotion*, *price*, *place* (produk, promosi, harga, tempat). Terutama pada produk yang beredar, dimana semua produk belum mendapatkan izin BPOM, sebagai antisipasi agar tidak ada produk tiruan dari oknum yang tidak bertanggungjawab.

2. Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan tetap meneliti program Gempur POC Radix di tahun berikutnya ataupun program lain dari HPAIC.

Peneliti diharapkan meneliti implementasi sistem bagi hasil yang ada di HPAIC ataupun hal lain yang berkaitan dengan MLM Syariah.



DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, Cetakan ke III, Jakarta: Amzah, 2015.
- Andrias Harefa, *Pesona Bisnis Direct Selling dan MLM*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000.
- Benny Santoso, *All About MLM: Memahami Lebih Jauh MLM dan Pernak-perniknya*, Yogyakarta: Andi Offset, 2006.
- Danang Sugianto, <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4464930/cara-bedakan-mlm-halal-dan-haram/3>, diakses pada Selasa 12 Maret 2019 16:31 WIB.
- Djaman Satori dan Aan Komarian, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2009.
- Hasibun, *Manajemen*, Cet III, Jakarta: Bumi Aksara, 2009
- Hazliansyah, <https://www.google.com/amp/s/m.republika.co.id/amp/orb3uo280>, diakses Sabtu 10 Juni 2017 07:54 WIB.
- Lilis Puspitawati, *Sistem Informasi Akuntansi*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Mamduh Hanafi, *Manajemen*, Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2013
- Manullang, *Dasar-Dasar Manajemen*, Jakarta: Erlangga, 1985
- Mardi, *Sistem Informasi Akuntansi*, Bogor: Ghalia Indonesia 2011.
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, Jakarta: Erlangga, 2008.
- Siti Khalimah, *Marketing Syariah: Hubungan Antara Agama dan Ekonomi*, Banyuwangi: LPPM Institut Agama Islam Ibrahimy Genteng. 2017.
- Sohari Sahrani, *Fikih Muamalah*, Bogor: Ghalia Indonesia. 2011.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R&D* Bandung: Alfabeta, 2009.

Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kualitatif R&D*, Bandung: Alfabeta, 2008.

Tim Dosen Administrasi Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia, *Manajemen Pendidikan*, Cet 4, Bandung: Alfabeta, 2011.

<https://hpainternational.id/>

<https://dsnmui.or.id/sertifikasi/senarai-perusahaan-bersertifikat/>

<http://digilib.uin-suka.ac.id/>

<https://quran.kemenag.go.id/>

<http://repo.iain-tulungagung.ac.id/9684/>

<http://repo.iaintulungagung.ac.id/4659/1/MLM%20Syariah%20B.Nur%20Aini%201.pdf>

