

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang

Perkembangan sektor ekonomi memiliki peranan penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Berbagai jenis usaha dijadikan sebagai sarana guna memperbaiki ekonomi masyarakat. Masyarakat di Indonesia lebih memilih jalur bisnis sebagai penopang ekonomi agar semakin meningkat. Hal ini didorong oleh kondisi perekonomian yang belum stabil, sehingga berbagai tawaran bisnis yang menjanjikan keuntungan cepat menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat.

Salah satu bisnis yang banyak diminati saat ini adalah *Multi Level Marketing*. Bisnis ini menawarkan janji keberhasilan serta potensi keuntungan besar dalam waktu yang relatif singkat, sehingga menarik perhatian banyak kalangan, baik dari masyarakat umum maupun kalangan akademisi (Benny, 2023: 28).

Perusahaan-perusahaan MLM yang hadir di Indonesia bersaing dalam merebut pasar dengan berbagai strategi, mulai dari promosi harga, kualitas produk, hingga inovasi pemasaran. Saat ini, bisnis MLM tidak lagi sekedar dijadikan aktivitas sampingan, melainkan telah berkembang menjadi sumber penghasilan utama bagi sebagian orang (Amiruddin, 2021: 5-6).

Dalam konteks hukum Islam, kaidah fiqhiyah menyebutkan bahwa hukum ibadah yang berasal dari haram apabila terdapat dalil yang memerintahkannya. Sebaliknya, hukum yang berasal dari muamalah dikatakan halal kecuali ada dalil yang mengharamkannya. Oleh karena itu, status kehalalan atau keharaman bisnis MLM tidak bisa digeneralisir. Terdapat di dalam data *APLI* (Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia). Mengatakan ada 200 lebih perusahaan bersistem *Multi Level Marketing* dan setiap produk memiliki karakteristik, sistem, serta model bisnis yang berbeda, sehingga penilaiannya harus dilakukan secara individual.

Metode penjualan langsung ini memberikan manfaat yang signifikan, khususnya bagi mereka yang sulit memperoleh pekerjaan di sektor formal. MLM yang awalnya dipandang sebelah mata, kini mulai dilirik oleh banyak kalangan sebagai peluang usaha yang menjanjikan. Sejak pertama kali datang ke Indonesia tahun 1980, bisnis penjualan langsung (*direct selling*) berbasis MLM terus berkembang pesat, terutama setelah terjadi situasi moneter pada bidang ekonomi.

Pebisnis yang banyak melakukan usaha, baik lokal maupun asing, memanfaatkan momentum tersebut untuk menawarkan MLM sebagai solusi ekonomi. Dari perspektif fiqh muamalah kontemporer, kajian terhadap system MLM dapat dibedakan menjadi dua sudut pandang, antara lain produk yang diperdagangkan dan dalam pemasaran yang diterapkan. Terkait produk yang dijual, kehalalannya ditentukan dari kandungan bahan atau unsur yang ada di dalamnya.

Isi yang terkandung tidak boleh ada unsur haramnya seperti: babi, khamar, bangkai, darah, dan perjudian yang bertentangan dengan syariat. Hal serupa juga berlaku bagi jasa yang ditawarkan. Firman Allah dalam al-Qur'an surah al-Baqarah: 126, menegaskan pentingnya keberkahan dan rezeki yang halal bagi umat-Nya:

وَإِذْ قَالَ إِبْرَاهِيمُ رَبِّ اجْعَلْ هَذَا بَلَدًا آمِنًا وَارْزُقْ أَهْلَهُ مِنَ الثَّمَرَاتِ مَنْ آمَنَ مِنْهُمْ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ قَالَ وَمَنْ كَفَرَ فَأُمَتِّعُهُ قَلِيلًا ثُمَّ أَضْطَرُّهُ إِلَىٰ عَذَابِ النَّارِ ۖ وَبِئْسَ الْمَصِيرُ

۱۲۶

Artinya: Ketahuilah saat Nabi Ibrahim berdoa, Ya Tuhan kami, buatlah kota mekkah ini menjadi tempat aman dan berikanlah rezeki berupa hasil alam seperti buah-buahan dan tumbuhan yang bisa untuk dimakan untuk penduduk yang beriman sampai hari akhir datang. Bagi orang yang tidak bersyukur akan diberi kesenangan sebentar, dan setelah itu akan diberi hukuman.

Pada dasarnya, bisnis MLM syariah menjual produk yang halal dan aman dikonsumsi, serta menerapkan sistem jaringan kerja (*networking*). Struktur organisasinya biasanya mencakup Dewan Syariah, Direktur, Manajer,

hingga staf pelaksana. Kegiatan pemasaran (marketing plan) yang dilakukan merupakan bagian dari muamalah, khususnya dalam lingkup jual-beli, yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

Saat ini, model MLM mengalami perkembangan signifikan, termasuk dari sisi sistem dan mekanisme kerjanya. Multi Level syariah adalah bentuk marketing dioperasikan sesuai aturan Islam, di mana sistemnya disaring dan dimodifikasi agar sesuai dengan ajaran Islam. Unsur-unsur haram hilang dan berganti dengan penilaian ekonomi Islam pada ajaran tauhid, akhlak, dan hukum muamalah.

Visi Multi Level Islam pun berbeda dari marketing konvensional, bukan hanya berorientasi pada keuntungan duniawi saja, namun juga pada keberkahan yang ada di dunia serta akhirat untuk orang yang melakukannya. Dalam kajian fiqh muamalah, MLM termasuk dalam bab *ba'i* (jual-beli). Konsepnya adalah menjual produk secara langsung dengan jasa ataupun barang ke konsumen, maupun biaya distribusi dapat ditekan seminimal mungkin. Biaya promosi pun dapat dihilangkan karena sistem distribusi dan pemasaran dilakukan langsung oleh para distributor melalui sistem berjenjang atau level (Amiruddin, 2021: 16).

Di Kota Padang, salah satu sistem Multi Level Marketing (MLM) yang mulai menarik perhatian masyarakat, khususnya umat Islam, adalah MLM yang berkaitan dengan aktivitas sehari-hari, yaitu penjualan nutrisi yang berfungsi sebagai obat oleh perusahaan AFC yang berasal dari Jepang pada saat ini sedang berkembang salah satunya di Indonesia khususnya kota Padang. Sistem pemasaran yang diterapkan bersifat berjenjang, di mana setiap calon pembeli yang bergabung dalam jaringan akan memperoleh komisi apabila berhasil merekrut pembeli baru ke dalam jaringan tersebut. Dengan demikian, peluang mendapatkan keuntungan dalam bentuk komisi uang cukup terbuka lebar bagi masyarakat. Selain diklaim bermanfaat sebagai pengganti obat bagi orang yang sedang sakit, produk AFC Jepang ini juga telah memiliki banyak paten manfaat kesehatan.

Bagi seseorang yang ingin menjadi anggota atau menjalankan bisnis ini, syarat minimal pembelian produk adalah 2 kotak atau 1 paket. Namun, bagi konsumen yang hanya berniat membeli produk tanpa mengikuti sistem bisnisnya, aktivitasnya sebatas transaksi jual beli biasa. Fokus penulis dalam pembahasan ini lebih mengarah pada permasalahan sistem yang berlaku dalam bisnis tersebut, sebab perusahaan menyediakan beberapa pilihan paket bagi yang ingin bergabung. Harga satu kotak produk ditetapkan sebesar Rp1.800.000,00. Untuk bergabung sebagai member bisnis, minimal harus membeli 2 kotak seharga Rp3.600.000,00. Adapun paket-paket yang ditawarkan adalah sebagai berikut:

1. Paket Ruby: 2 kotak = Rp3.600.000,00
2. Paket Saphire: 6 kotak = Rp10.800.000,00
3. Paket Diamond: 12 kotak = Rp21.600.000,00

Perdebatan mengenai keabsahan hukum MLM dalam penjualan produk semacam ini tak dapat dihindarkan, mengingat adanya testimoni dari salah satu anggota yang mengaku memperoleh keuntungan hingga puluhan juta rupiah per bulan berkat keberhasilannya merekrut member baru. Selain menawarkan manfaat kesehatan yang telah teruji, produk ini juga menjadi peluang bisnis bagi mereka yang ingin bergabung sebagai mitra AFC.

Anggota akan menerima bonus sesuai usaha yang mereka kerjakan, bisa dalam hal penjualan produk maupun dalam merekrut anggota baru. Bagi anggota yang berhasil mencapai target tertentu, perusahaan menyediakan berbagai bentuk bonus dan reward. Bonus biasanya berupa uang tunai yang didasarkan pada tingkatan level penjualannya, sedangkan reward lainnya mencakup hadiah seperti kapal pesiar, atau paket perjalanan ke luar negeri. Semua fasilitas ini dianggap sebagai faktor yang dapat meningkatkan kesejahteraan anggota AFC.

Namun, sistem ini tidak selalu berjalan mulus bagi semua anggota. Banyak penjualan yang tidak berjalan dari bisnis ini karena beban yang dirasa berat seperti harganya yang relatif tinggi. Alih-alih mendapatkan bonus,

mereka justru mengalami banyak pengeluaran bagi yang masih rutin konsumsi karena masih sakit. Dengan demikian, kesejahteraan anggota AFC sangat bergantung pada member yang berusaha untuk mengembangkan usaha produk AFC Jepang di akun pribadinya masing-masing, sehingga keduanya dapat saling menguntungkan.

Penjelasan yang tertuang di atas, penulis tertarik untuk meneliti dan mengkaji lebih dalam yang di tuangkan dalam sebuah karya ilmiah ***“Penjualan Produk AFC Jepang Bersistem Multi Level Marketing Perspektif Fiqih Muamalah di Kota Padang***



## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pokok pembahasan yang dijelaskan penulis diatas, maka fokus permasalahan yang hendak penulis teliti adalah: “Penjualan Langsung Produk AFC Jepang Bersistem Multi Level Marketing Perspektif *Fiqih Muamalah* di Kota Padang”?

## 1.3. Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana sistem pembagian keuntungan penjualan langsung produk AFC Jepang di Kota Padang?
2. Bagaimana Multi Level Marketing (MLM) penjualan langsung produk AFC Jepang di Kota Padang perspektif *fiqih muamalah*?

## 1.4. Tujuan Penelitian

Hasil penelitian ini berguna untuk:

1. Untuk mengetahui tentang sistem pembagian keuntungan dari penjualan produk AFC Jepang di Kota Padang.
2. Untuk mengetahui apakah penjualan produk AFC Jepang sesuai dengan tinjauan *fiqih muamalah*.

## 1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan penulis semoga bisa memberikan suatu hal yang bermanfaat yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, skripsi yang dibahas penulis bertujuan agar dapat memberikan pengembangan tentang hukum Islam, salah satunya dalam bidang *fiqh muamalah* terkait sistem pemasaran berjenjang. Selain itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai rujukan bagi penelitian berikutnya secara relevan.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman bagi pelaku usaha, baik di bidang biro perjalanan maupun sektor lain yang bersistem Multi Level Marketing atau MLM, agar lebih memperhatikan prinsip-prinsip syariah dan terhindar dari unsur gharar (ketidakjelasan/penipuan). Dengan demikian, kegiatan bisnis dapat berjalan sesuai dengan tujuan syariat (jual beli) dan mempererat ukhuwah Islamiyah dalam dunia usaha.

### 1.6. Studi Literatur

Berdasarkan hasil pengamatan penulis, permasalahan teori yang diangkat dalam penelitian ini sebelumnya memang sudah pernah dibahas oleh peneliti lain. Namun, setelah penulis membaca hasil penelitian tersebut, ditemukan adanya perbedaan pada fokus masalah yang telah dibahas oleh penelitian sebelumnya. Oleh karena itu, penulis akan memaparkan kesimpulan dari penelitian sebelumnya sebagai berikut:

1. ***Penelitian tentang Multi Level Marketing pada Perusahaan K-Link Indonesia Ditinjau dari Fatwa MUI No. 75/VII/2009 (Studi Kasus pada Stockist Centre Pekalongan)***, yang dilakukan oleh Irawati, mahasiswa STAIN Pekalongan, dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Adapun hasil kesimpulan dari penelitian tersebut yaitu:

- a. Dalam praktik bisnisnya, member MLM Syariah *PT K-Link Indonesia* di Pekalongan telah mengikuti ketentuan yang ada pada kode etik perusahaan. Kode etik tersebut memuat larangan-larangan bagi distributor terkait aktivitas bisnis yang dijalankan, ketentuan sanksi bagi yang melanggar aturan, dan juga cara dalam penyelesaian masalah apabila terjadi perselisihan dari perusahaan dengan mitra usaha.
- b. Pelaksanaan bisnis MLM nya dipastikan tidak terdapat unsur yang dilarang dalam syariah seperti maysir (judi/spekulasi), gharar (ketidakjelasan/fiktif), haram (barang yang dilarang),

riba (bunga), dan batil (perbuatan curang/ilegal), karena seluruh rukun dan syarat jual beli telah terpenuhi, yaitu adanya penjual, pembeli, barang, harga, serta akad. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penerapan kode etik oleh PT K-Link Indonesia telah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, karena seluruh kegiatan bisnisnya didasarkan pada prinsip ibadah dan muamalah. Sebagai tambahan, produk yang dipasarkan oleh PT K-Link Indonesia dijamin halal dan *thayyib*, serta telah memperoleh Sertifikat MLM Syariah dari MUI, sehingga memberikan rasa aman dan nyaman bagi konsumen Muslim dalam menggunakan produk-produk tersebut.

2. ***Perilaku Bisnis dalam Jaringan Pemasaran (Studi Kasus Kepercayaan dalam Bisnis Multi Level Marketing Syariah (MLMS) pada Herba Penawar al-Wahida (HPA) di Surabaya***. Penelitian ini dilakukan oleh Ika Yulia Fauzia (2011), mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan bisnis Multi Level Marketing Syariah di perusahaan Herba Penawar al-Wahida (HPA) Surabaya, serta menggambarkan model kepercayaan (trust) dalam perspektif bisnis Islam yang diterapkan dalam sistem pemasaran, termasuk dukungan sumber daya yang menopang aktivitas pemasaran dalam bisnis MLM Syariah di perusahaan tersebut.

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode analisis data secara deduktif dengan induktif atau sebaliknya, induktif dengan deduktif. Adapun hasil penelitian yang diperoleh. Pelaksanaan bisnis HPA di Surabaya mendapatkan respon positif dari para pelaku bisnis MLM Syariah karena didukung oleh diferensiasi produk yang ditawarkan HPA. Namun, perkembangan bisnis ini di wilayah Jawa Timur dan Surabaya, cenderung lebih lambat daripada pertumbuhan bisnis serupa pada wilayah Jawa Barat dan di

luar Pulau Jawa. Penerapan kepercayaan (*trust*) dalam bisnis MLMS di HPA menunjukkan bahwa keberlangsungan bisnis sangat bergantung pada penerapan unsur kepercayaan yang kuat. Namun demikian, peneliti menemukan adanya perbedaan antara teori yang ada dengan realitas di lapangan, khususnya terkait kepercayaan masyarakat dalam menerima kedatangan dari HPA. Model kepercayaan (*trust*) yang terdapat oleh peneliti dalam penelitian ini disebut *transcendental trust* dalam konteks bisnis Islam. Model ini diperoleh melalui proses konseptual yang dilakukan secara bertahap dengan pendekatan deduktif-induktif dan induktif-deduktif secara bergantian.

### 1.7. Kerangka Teori

Teori yang dibahas pada penelitian ini berkaitan dengan konsep jual beli serta ketentuan dari DSN MUI mengenai Multi Level Marketing (MLM). Pengertian jual beli dalam bahasa Arab, jual beli berasal dari kata **الْبَيْعُ** yang secara harfiah berarti “memberikan sesuatu untuk memperoleh sesuatu” atau “tukar-menukar”. Istilah lain yang sering digunakan untuk menyebut jual beli adalah *tijarah* artinya perdagangan. Pendapat para ahli fikih, jual beli diartikan proses pertukaran barang dengan barang lain atau dengan uang, yang dilakukan melalui proses ijab qabul, serta memenuhi syarat dan rukun tertentu. Selain itu, jual beli juga dapat diartikan sebagai suatu kesepakatan antara dua pihak untuk saling menukar barang yang memiliki nilai tanpa adanya paksaan, misalnya satu pihak menerima barang dan pihak lainnya menerima imbalan yang sudah disepakati menurut ketentuan Islam.

Jual beli adalah salah satu bentuk perdagangan dalam rangka mencari rezeki. Hukum asalnya ialah mubah atau diperbolehkan. Dalam artian, seorang muslim berhak memiliki penghasilan melalui kegiatan jual beli maupun usaha lainnya. Akan tetapi, dalam praktiknya, kegiatan jual beli harus dilakukan dengan cara yang halal sesuai ketentuan Islam. Islam melarang praktik jual beli yang mengandung unsur haram. Misalnya penipuan, kebohongan,

kecurangan, riba, dan perbuatan tercela lainnya (Siti, 2009: 17-18). Dari berbagai definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa secara umum jual beli adalah sebuah akad atau transaksi pertukaran harta, baik berupa barang maupun uang, yang menimbulkan perubahan kepemilikan antara kedua belah pihak. Misalnya, seseorang menjual sebuah HP seharga 2 juta rupiah, kemudian orang lain membelinya dengan memberikan uang sejumlah tersebut. Pada penjualannya, telah terjadi proses jual beli, di mana penjual telah memberikan HP kepada pembeli, sedangkan pembeli menyerahkan uang kepada penjual. Akibat dari akad ini, kepemilikan HP berpindah kepada pembeli, sedangkan penjual memperoleh hak atas uang 2 juta rupiah sebagai gantinya.

Selain itu, hukum jual beli bisa berubah apabila ada suatu kondisi yang melatarbelakangi. Hukum jual beli ada wajib, sunnah, makruh, dan haram. Misalnya, jual beli menjadi wajib apabila seseorang sedang dalam kondisi lapar atau haus yang sangat parah dan terancam keselamatannya jika tidak makan atau minum, sementara satu-satunya yang dapat dilakukan untuk kebutuhan tersebut adalah transaksi jual beli. Dalam keadaan demikian, jual beli hukumnya berubah menjadi wajib.

Jual beli dihukumi sunnah apabila dilakukan dalam kondisi yang dianjurkan oleh syariat. Misalnya, ketika ada pedagang yang telah berusaha keras berkeliling untuk menawarkan barang dagangannya, namun hasil penjualannya belum mencukupi kebutuhan keluarganya. Dalam keadaan demikian, membeli barang darinya meskipun tidak terlalu membutuhkannya akan bernilai sunnah, karena bertujuan membantu melariskan dagangannya. Jual beli dihukumi makruh apabila barang yang diperjualbelikan merupakan komoditas yang tidak dianjurkan untuk dibeli. Adapun hukum haram berlaku apabila objek jual beli adalah barang yang secara syariat dilarang diperjualbelikan, seperti narkoba (Holiliur 2020, 4-5).

Mayoritas ulama sepakat rukun jual beli terdiri atas enam unsur, yaitu *shighat* (ijab/qabul), para pihak saat melakukan akad (penjual/pembeli), serta

*ma'qud 'alaih* (barang yang diperjualbelikan, baik soal harga maupun jasa). Berbeda dengan pendapat tersebut, mazhab Hanafi hanya menetapkan satu rukun, yaitu adanya ijab dan qabul yang menunjukkan terjadinya pertukaran hak kepemilikan antara penjual dan pembeli (Holiliur 2020, 9).

Dalam pertukaran barang tersebut, nilai yang dipertukarkan harus seimbang dan disertai akad yang secara jelas menunjukkan perpindahan hak kepemilikan, dilakukan atas dasar kerelaan kedua belah pihak, sesuai ketentuan hukum yang berlaku. Ketentuan hukum yang dimaksud meliputi pemenuhan syarat dan rukun jual beli, serta hal-hal lain yang terkait. Apabila syarat dan rukunnya tidak terpenuhi, maka jual beli tersebut bertentangan dengan ketentuan Islam (Hariman Koko 2019, hlm. 116).

Ketika jual beli sudah berlangsung, setiap pihak berhak mengerjakan khiyar antara membatalkan atau meneruskan akad hingga mereka berpisah atau menentukan pilihan. Perpindahan terjadi bilamana kedua belah pihak telah memalingkan bterdapatn untuk meninggalkan tempat transaksi. pada prinsipnya khiyar majlis berakhir dengan terdapatnya dua hal: 1) Keduanya memilih bakal terusnya akad, 2) Di antara keduanya terpisah dari lokasi jual beli". Tidak terdapat perbedaan di antara kalangan ahli fiqih yang mengatakan bolehnya khiyar majlis, bahwa akad dengan khiyar ini ialah "akad yang boleh, dan untuk masing-masing pihak yang berakad memiliki hak guna memfasakh atau meneruskan selama keduanya masih dalam lokasi dan tidak memilih meneruskan akad".

Sebuah perusahaan yang menerapkan sistem penjualan MLM setidaknya harus memiliki kantor pusat, pabrik, izin resmi dari pemerintah, produk yang telah lolos uji kelayakan dari Direktorat Jenderal POM, serta yang paling penting adalah memiliki sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Kementerian Agama (Amiruddin 2021, 5).

Pembahasan pada Fatwa DSN-MUI Nomor 75/DSN-MUI/VII/2009 dijelaskan bahwa MLM merupakan singkatan dari Multi Level Marketing. Secara etimologi, kata multi artinya banyak, level berarti tingkatan, sedangkan

marketing berarti pemasaran. Dengan demikian, Multi Level Marketing dapat diartikan sebagai sistem pemasaran yang dilakukan secara bertingkat atau berjenjang. Kegiatan MLM ini bertujuan untuk memasarkan produk tanpa menggunakan toko fisik (Non Store), melainkan melalui metode penjualan langsung (*Direct Selling*). Ciri khas dari sistem ini adalah produk yang dipasarkan hanya bisa diperoleh melalui jalur tertentu, bukan di sembarang toko.

MLM sendiri merupakan suatu model bisnis yang bertujuan mempersingkat jalur distribusi melalui produsen langsung ke konsumen. Sangat berbeda dengan sistem distribusi konvensional yang biasanya melibatkan beberapa pihak distributor sebelum produk sampai ke tangan konsumen. Dengan memotong jalur distribusi tersebut, biaya distribusi dapat ditekan, bahkan lebih hemat. Selain itu, MLM juga tidak memerlukan anggaran promosi besar karena kegiatan promosi dilakukan langsung oleh para anggotanya melalui sistem bertingkat tersebut.

Secara nyata, saat ini banyak perusahaan MLM beroperasi di dalam negeri maupun luar negeri. Salah satunya di Indonesia sudah ada beberapa perusahaan sudah secara terbuka mengklaim adanya sistem MLM mereka sesuai dengan prinsip syariah dan telah memperoleh sertifikasi halal dari Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). Hal ini sebagaimana ditegaskan dalam Fatwa Nomor 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS), yang juga mencakup praktik MLM sebagaimana yang telah diterapkan oleh masyarakat.

Fatwa tersebut menerangkan bahwa penjualan langsung berjenjang merupakan metode penjualan barang atau jasa melalui jaringan pemasaran (network marketing) yang dijalankan oleh individu atau badan usaha kepada individu atau badan usaha lainnya secara bertahap (DSN-MUI, 2009). Oleh karena itu, metode Multi Level Marketing termasuk dalam kategori penjualan langsung berjenjang yang sudah dipraktikkan masyarakat. Penerbitan fatwa ini bertujuan memberikan pedoman yang jelas bagi masyarakat agar

pelaksanaan Multi Level Marketing tetap sesuai dengan ketentuan syariah sebagaimana yang diatur dalam Fatwa tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) (Ahmad 2022, 491-492 ).

## **1.8. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Peneliti menggunakan jenis penelitian hukum empiris atau disebut juga dengan *Field research* (penelitian lapangan). Penelitian ini bertitik tolak dari data primer (dasar), yakni data yang bisa diperoleh langsung dari masyarakat sebagai sumber pertama dengan melalui penelitian lapangan, yang dilakukan dengan wawancara (Efendi 2018, 149). Alasan memilih penelitian lapangan sebagai jenis penelitian adalah karena data-data yang diambil dan dibutuhkan berupa informasi mengenai sistem pembagian keuntungan penjualan produk AFC Jepang dan pelaksanaannya. Dalam lokasi penelitian yang penulis pilih pada stokis AFC Jepang Cabang Kota Padang serta member yang bergabung peneliti mendapatkan data akurat karena peneliti bertemu langsung atau berhadapan langsung dengan informan.

### **2. Sumber Data Penelitian**

#### **a. Data Primer**

Data primer yaitu data utama yang diperoleh langsung dari lokasi penelitian melalui wawancara (Efendi 2018, 149). Pada penelitian ini peneliti melakukan wawancara kepada pihak, yaitu pemilik stokis AFC Jepang Kota Padang, dan member yang tergabung baik member yang melakukan penjualan, member yang membeli hanya untuk konsumsi, dan member yang menjual produk AFC atau juga dikonsumsi. Wawancara ini juga dilengkapi dengan catatan tertulis dan menggunakan alat bantu rekaman seperti recorder dan handphone (Gunawan 2016, 175-176).

#### **b. Data Sekunder**

Data sekunder yaitu mengumpulkan bahan bacaan melalui studi kepustakaan seperti buku, jurnal ilmiah dan lain sebagainya yang berhubungan dengan pembahasan penelitian (Widjono 2007, 248). Data sekunder yang peneliti dapatkan ialah data kode etik AFC Jepang dan data Marketing Plan ASAYAMA AFC Jepang, bukti bonus dari para member, percakapan pembelian langsung para pembeli kepada member dan member kepada perusahaan. Dari data tersebut peneliti dapat mengetahui MLM dan pelaksanaan yang terjadi dalam penjualan produk AFC Jepang.

### 3. Informasi Penelitian

Penelitian lapangan dengan teknik wawancara terhadap pihak yang terkait yang berhubungan langsung dengan masalah yang peneliti bahas yaitu pihak-pihak yang tergabung dalam penjualan produk AFC Jepang Almahdi, Mardawati, Pina, Alamsyah, Emma, dan Sesrika (Rukin 2021, 67).

### 4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang relevan peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yaitu:

#### a. Wawancara

Wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data dengan melakukan dialog atau percakapan langsung antara peneliti dengan orang yang diwawancarai berkaitan dengan topik penelitian (Neila, Iswahyudi 2023, 5). Wawancara ini peneliti lakukan atau ditujukan langsung pada orang yang mengetahui tentang sistem MLM AFC Jepang dan pelaksanaan penjualan AFC Jepang.

#### b. Dokumentasi

Adalah pemberian informasi atau pengumpulan bukti seperti gambar saat wawancara dengan pemilik stokis cabang Kota Padang dan member (Ahyar, Sukmana dan Andriani 2020, 149-150).

#### c. Teknik Analisis Data



Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif Kualitatif yaitu untuk menggambarkan suatu hasil penelitian sesuai fakta yang ada di lapangan. Analisis data ini dilakukan dengan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain (Ahyar, Sukmana dan Andriani 2020, 161-162). Karena analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif, maka mengenai aspek-aspek penelitian akan dapat dengan cara terjun langsung ke lapangan.

Untuk menjaga konsistensi proses analisis, maka masing-masing pertanyaan penelitian akan dianalisis satu persatu. Selanjutnya pengolahan data akan dideskripsikan dalam bentuk bahasa verbal yang kemudian ditarik kesimpulan, pada akhirnya dengan analisis tersebut diharapkan dapat mengemukakan gambaran yang jelas mengenai *fiqih muamalah* terhadap pelaksanaan penjualan langsung produk AFC Jepang di Kota Padang.

