

Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) Stokis Herba Penawar Al Wahida Indonesia (HPAI) Di Keppo Polagan Galis Pamekasan

Widadatur Rahmah¹⁾, Lukmanul Hakim²⁾

^{1),2)}Institut Agama Islam Negeri Madura, Pamekasan, Indonesia

Corresponding author: ¹⁾widadaturrahmah9910@gmail.com

Abstract:

Multi-Level Marketing (MLM) business is a business whose marketing strategy is tiered or tiered. The purpose of the tiered marketing is a marketing in which the sales force (stockist) not only gets a profit based on product sales, but also gets it based on the sales of other stockists who are recruited to become members. This MLM business is in great demand by the public, but recently a problem has arisen regarding the presence of the MLM business. People are victims of money games, unfair marketing strategies, giving product testimonials that are not real and there is an element of fraud that creates unrest in the community. One of the reasons for this is that business actors do not apply Islamic business ethics to their business operations. So many parties feel disadvantaged. Herba Penawar Al Wahida Indonesia (HPAI) is one of the sharia-based MLM businesses in Indonesia. HPAI sharia MLM is here as if to give an answer to the public that not all MLM businesses are detrimental. This study aims to determine marketing strategies and provide testimonials for HPAI MLM business products which are analyzed based on Islamic business ethics. The results of the study stated that the marketing strategy and giving HPAI product testimonials to consumers in general had implemented the five principles of Islamic business ethics. Among them are the principle of oneness, the principle of justice, the principle of free will, the principle of truth and the principle of responsibility.

Keywords: *Islamic Business Ethic, Multi Level Marketing*

Abstrak:

Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) adalah bisnis yang strategi pemasarannya berjenjang atau bertingkat. Maksud dari pemasaran berjenjang tersebut ialah suatu pemasaran di mana tenaga penjual (stokis) tidak hanya mendapat keuntungan berdasarkan penjualan produk, tetapi juga didapat berdasarkan penjualan stokis lain yang direkrut menjadi *member*. Bisnis MLM ini banyak diminati oleh masyarakat, akan tetapi belakangan ini muncul sebuah permasalahan mengenai kehadiran bisnis MLM. Masyarakat menjadi korban *money game*, strategi pemasaran tidak *fair*, pemberian testimoni produk tidak riil dan terdapat unsur penipuan sehingga menimbulkan keresahan pada masyarakat. Hal tersebut terjadi salah satunya dikarenakan pelaku usaha tidak menerapkan etika bisnis Islam terhadap operasional bisnis yang dijalani. Sehingga banyak pihak yang merasa dirugikan. Herba Penawar Al Wahida Indonesia (HPAI) merupakan salah satu bisnis MLM berbasis syariah di Indonesia. MLM syariah HPAI hadir seolah memberikan jawaban kepada masyarakat bahwa tidak semua bisnis MLM merugikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran dan pemberian testimoni produk bisnis MLM HPAI yang dianalisis berdasarkan etika bisnis Islam. Hasil penelitian menyatakan bahwa strategi pemasaran dan pemberian testimoni produk HPAI kepada konsumen secara garis besar telah menerapkan lima prinsip etika bisnis Islam. Diantaranya adalah prinsip keesaan, prinsip keadilan, prinsip kehendak bebas, prinsip kebenaran dan prinsip tanggung jawab.

Kata Kunci: *Etika Bisnis Islam, Multi Level Marketing*

PENDAHULUAN

Etika bisnis Islam merupakan nilai atau penerapan prinsip-prinsip yang diatur dalam ketentuan syariat Islam.¹ Sebagai seorang pelaku usaha muslim, hendaknya kita menerapkan etika bisnis di dalam operasional bisnis yang kita jalani. Hal ini karena dengan etika kita dapat membedakan benar, salah, baik, buruk, haram, dan halal. Etika bermakna dasar moralitas seseorang dalam berperilaku.² Sejatinya, etika di dalam Islam mengajarkan manusia untuk saling tolong-menolong, menghindari rasa dendam atau dengki, dan saling bekerjasama dalam hal kebaikan.

Saat ini, dunia bisnis semakin berkembang. Bisnis berbasis jaringan atau biasa disebut dengan *Multi Level Marketing* (MLM) menjadi salah satu bisnis yang diminati oleh masyarakat. *Multi Level Marketing* (MLM) adalah bisnis yang strategi pemasarannya dilakukan berjenjang atau bertingkat.³ Cara kerja bisnis MLM secara umum yaitu seorang distributor dapat mengajak orang baru untuk ikut bergabung di dalam bisnis, lalu kemudian orang yang diajak tersebut juga bisa mengajak orang lain untuk ikut bergabung pula. Semua orang yang tergabung dalam bisnis merupakan satu kelompok distributor yang nantinya bebas mengajak orang lain. Jadi, penjual (stokis) tidak hanya mendapatkan keuntungan dari produk yang dijual, melainkan juga didapat dari hasil penjualan stokis lain yang berhasil direkrut menjadi agen atau *member*.⁴

Herba Penawar Al Wahida Indonesia (HPAI) adalah salah satu bisnis MLM yang berbasis syariah di Indonesia. HPAI berdiri pada tanggal 19 Maret 2012. HPAI menjadi salah satu perusahaan bisnis halal *network* di Indonesia yang tergabung dalam industri kesehatan yang menawarkan produk herbal halal berkualitas.⁵ Penawaran produk herbal halal berkualitas ini nampaknya menjadi angin segar bagi HPAI untuk terus berkembang dan dikenal oleh masyarakat, hal ini karena investasi terbesar akan bergerak pada industri kesehatan. Penambahan 1 triliun dolar per tahun akan dibelanjakan ke industri perawatan dan kesehatan. Sebab masyarakat ingin awet muda, memperlambat penuaan, merawat kesehatan dan mencegah penyakit.⁶

Sebagaimana perusahaan MLM pada umumnya, HPAI juga mempunyai sistem atau aturan penjualan dan pemasaran yang harus dipatuhi oleh para agen. Penyedia produk HPAI yang biasa dikenal dengan stokis tugasnya adalah memaksimalkan pemasaran dan penjualan produk. Stokis ini merupakan pelaku usaha dalam bisnis yang bertugas memberikan informasi kepada konsumen, menerima dan memberikan testimoni produk, memasarkan, sampai pada penjualan. HPAI menggunakan sistem Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) yang tertera dalam Fatwa DSNI-MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009. Fatwa Dewan Syariah tersebut menjadi landasan diperbolehkannya kegiatan transaksi penjualan langsung berjenjang syariah.⁷ Selain itu, setiap produk HPAI juga sudah mendapat sertifikat DSNI-MUI,⁸ izin APLI (Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia), terdapat Dewan Pengawas Syariah (DPS), dan izin Badan BPOM-RI.⁹

¹ Moh. Mufid, *Maqashid Ekonomi Syariah Tujuan dan Aplikasi* (Malang: Empatdua Media, 2018), 34.

² Faisal Badroen, dkk., *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2006), 5.

³ Agus Marimin, dkk., "Bisnis Multi Level Marketing (MLM) dalam Pandangan Islam," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 02, no. 02 (Juli 2016), 106.

⁴ Supriyadi Yusuf Boni, *Apa Salah MLM? Sanggahan 22 Pengharaman Multi Level Marketing* (Jakarta Timur: Pustaka Al-Kautsar, 2017): 112.

⁵ Panduan Sukses HPAI, 10.

⁶ Bagoes Wuryando, *Jurus Maut MLM Anti Gagal Tips & Trik Memilih Bisnis Jaringan yang Pas untuk Anda* (Yogyakarta: MedPress, 2010), 18.

⁷ *Fatwa Dewan Syariah Nasional Pedoman Langsung Berjenjang Syariah (PPLS)* (Jakarta: DSN MUI, 2009), 1-8.

⁸ Panduan Sukses HPAI, 35.

⁹ Zulchaidir B. Firly Ramly, *The Master Book to be the Best Market Leader Hand Book for Agenst of Halal Network International* (Jakarta: Cells-HNI, 2017), 296-297.

Belakangan ini muncul sebuah permasalahan mengenai kehadiran bisnis MLM. Masyarakat menjadi korban *money game*, strategi pemasaran tidak *fair*, pemberian testimoni produk tidak riil, dan terdapat unsur penipuan sehingga menimbulkan keresahan pada masyarakat. Persoalan jual beli yang menggunakan sistem *online* ini memang terkadang banyak menipu konsumen dalam sistem pemasaran dan penjualannya. Hal tersebut terjadi salah satunya dikarenakan pelaku usaha tidak menerapkan etika bisnis Islam terhadap operasional bisnis yang dijalani. Sehingga banyak pihak yang merasa dirugikan.

Berangkat dari *trend* bisnis *Multi Level Marketing* (MLM), maraknya produk herbal yang digunakan oleh masyarakat dan pentingnya etika bisnis yang harus dimiliki oleh setiap pelaku usaha, maka perlu kiranya untuk mengkaji lebih dalam mengenai penerapan nilai prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam strategi pemasaran serta pemberian testimoni produk yang dilakukan oleh stokis bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) Herba Penawar Al Wahida Indonesia (HPAI). Esensi penerapan etika bisnis Islam merupakan kelengkapan dari segala aktivitas bisnis. Sehingga mengurangi risiko bisnis yang hanya menguntungkan salah satu pihak saja.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan etika bisnis Islam terhadap strategi pemasaran serta pemberian testimoni produk yang dilakukan oleh stokis bisnis MLM HPAI. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yang nantinya akan menghasilkan data penelitian berupa kata-kata tertulis atau lisan dari informan yang dapat diamati secara detail.¹⁰ Lokasi dalam penelitian ini terletak di Desa Keppo Polagan Galis Pamekasan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data diperoleh dari observasi, wawancara, dan dokumentasi. Kemudian data yang telah terkumpul, dianalisis dengan cara mereduksi data, *men-display* data, dan menarik kesimpulan. Sedangkan teknis validasi data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Herba Penawar Al Wahida Indonesia (HPAI) merupakan salah satu bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) berbasis syariah yang ada di Indonesia. Dalam pemasarannya, HPAI dilakukan melalui kegiatan penjualan langsung melalui jaringan pemasaran yang dikembangkan mitra usaha dengan konsep halal *network*. Strategi pemasaran menjadi elemen terpenting dalam memasarkan produk HPAI. Adanya strategi pemasaran ini bermanfaat bagi masyarakat yang belum mengenal produk HPAI, sehingga bisa mendapatkan informasi yang komprehensif tentang kelebihan produk dan jika bergabung dalam bisnis HPAI. Adanya strategi pemasaran ini bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk HPAI dan meningkatkan antusias masyarakat untuk ikut andil dalam bisnis yang berlandaskan syariah Islam.

HPAI sudah menjadi bagian dari bisnis umat Islam yang berpondasi pada ketakwaan dengan memberikan solusi bagi masalah penyedia produk jaminan halal dan berkualitas. Islam menganjurkan untuk bekerja atau menjalankan usaha dan bisnis sesuai dengan aturan syariat. Pelaku bisnis diharapkan bertindak secara etis dalam berbagai aktivitasnya. Oleh karena itu, semua yang terlibat dalam usaha atau bisnis memerlukan etika yang nantinya akan berpengaruh pada operasional bisnis yang dijalani. Motivasi di dalam menjalankan usaha juga harus dilandaskan dengan niat yang baik, ikhlas, serta mengharap keberkahan dunia dan akhirat.

Berdasarkan hasil penelitian, stokis HPAI di Keppo Polagan Galis Pamekasan dalam melakukan strategi pemasaran sudah dilakukan dengan baik. Secara garis besar strategi

¹⁰ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), 4.

pemasaran yang dilakukan tidak melenceng dari prinsip etika bisnis Islam. Prinsip-prinsip etika bisnis Islam tersebut diantaranya adalah:

1. Prinsip Keesaan

Prinsip keesaan secara garis besar adalah hubungan manusia dengan Allah SWT. Prinsip keesaan juga dikembangkan dari keyakinan bahwa seluruh aktivitas manusia, termasuk aktivitas ekonominya diawasi oleh Allah SWT. dan akan dipertanggung jawabkan di hadapan Allah di akhirat kelak.¹¹

Stokis HPAI di Keppo Polagan Galis Pamekasan dalam menjalankan strategi pemasaran sudah menerapkan prinsip keesaan. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan stokis bahwa motivasi atau alasan bergabung dalam bisnis MLM HPAI diniatkan ikhlas karena Allah SWT. Berniat menjalankan bisnis sebagai bentuk ibadah dan untuk membantu saudara dan orang-orang sekitar yang ingin mengkonsumsi produk herbal berkualitas. Setiap pagi, stokis selalu mengawali dengan membaca basmalah sebelum memulai aktivitas, berharap bisa menafkahi keluarga agar bisnis yang dijalannya berkah untuk dirinya dan keluarga. Selain itu, ketika sudah waktunya sholat atau adzan berkumandang toko ditutup sementara dan kembali dibuka setelah melaksanakan sholat. Perilaku seperti ini akan memunculkan sifat yang tidak haus akan keuntungan duniawi, dengan mengharapkan kebarokahan bisnis maka akan mendorong setiap pelaku usaha untuk tidak berorientasi pada keuntungan dunia (*profit oriented*) akan tetapi juga berharap pahala atau keuntungan akhirat (*falah oriented*). Hal ini sesuai dengan prinsip keesaan dalam etika bisnis Islam.

Mengaplikasikan aspek religius, akan menimbulkan perasaan dalam diri manusia bahwa ia akan selalu merasa direkam segala aktivitas kehidupannya, termasuk dalam aktivitas ekonomi sehingga dalam melakukan segala aktivitas bisnis tidak akan mudah menyimpang dari segala ketentuan-Nya. Perhatian terus menerus untuk memenuhi kebutuhan etik dan dimotivasi oleh keesaan kepada Allah SWT. akan meningkatkan kesadaran individu mengenai kepedulian kepada sesama manusia maupun alam lingkungan. Hal tersebut berarti prinsip keesaan memiliki pengaruh mendalam terhadap diri seorang muslim.

2. Prinsip Keadilan

Pada aktivitas ekonomi prinsip keadilan adalah perdagangan yang tidak mendzalimi dan tidak didzalimi. Artinya, transaksi harus saling menguntungkan dan tidak ada pihak yang merasa dirugikan atas adanya transaksi tersebut atau kondisi saling ridho (*'an taradin*). Kedua belah pihak secara ikhlas melakukannya tanpa intervensi atau tekanan dari pihak lain.¹²

Islam tidak mengenal kelas sosial atau derajat sosial dalam masyarakat. Semua pihak harus dilayani dengan baik tanpa pandang bulu. Tidak boleh sedikitpun seorang pedagang muslim membedakan pembeli. Pedagang muslim harus dan wajib menegakkan keadilan dalam aktivitas dagangnya. Adil dalam timbangan, adil dalam harga, adil dalam pelayanan dan adil dalam sikap beserta tindakan. Selain itu kegiatan produksi, konsumsi dan distribusi harus dilakukan dengan wajar atau seimbang demi terhindar dari pemusatan kekuasaan ekonomi dan bisnis dalam genggamannya kelompok tertentu.

Bentuk implementasi prinsip keadilan yang dilakukan oleh stokis HPAI di Keppo Polagan Galis Pamekasan dalam strategi pemasaran adalah pada pemberian

¹¹ Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi* (Jakarta: Rajawali Pres, 2015), 18.

¹² Dhika Amalia Kurniawan dan Muhammad Zaenal Abidin, *Pengantar Pemasaran Islam* (Ponorogo: Lembaga Penerbitan Universitas Darussalam Gontor, 2018), 127.

harga. Pada pemberian harga produk HPAI, stokis HPAI di Keppo Polagan Galis Pamekasan memberikan harga berdasarkan harga *member* dan harga konsumen. Jika pembeli adalah *member* HPAI, maka akan mendapatkan harga *member*. Sebaliknya, jika pembeli bukan *member* maka akan mendapatkan harga konsumen biasa. Penentuan harga tersebut sudah diatur dalam mekanisme bisnis HPAI dan tertera pada katalog produk. Secara garis besar, stokis sudah menerapkan prinsip keadilan perihal harga serta transparansi kepada konsumen.

Akan tetapi, perbedaan harga *member* dengan harga konsumen tersebut berkemungkinan untuk menimbulkan persoalan, utamanya pada masyarakat yang tidak mengetahui secara detail aturan dalam bisnis MLM HPAI ini. Masyarakat yang awam akan menganggap bahwa harga produk HPAI sengaja *dimark up* atau sengaja dinaikkan oleh stokis untuk kepentingan pribadi. Kekhawatiran ini dirasakan langsung oleh salah satu konsumen HPAI di Keppo Polagan Galis Pamekasan, ia berpendapat bahwa harga HPAI cenderung lebih mahal dibandingkan produk serupa yang ada di pasar.

Menurut analisa peneliti, perbedaan antara harga *member* dan konsumen pada produk HPAI cenderung menampakkan manfaat-manfaat dan kelebihan-kelebihan kepada *member* atau anggota. Stokis beserta konsumen juga harus cerdas dan bijak untuk memilih sutau produk. Sebenarnya, perbedaan harga pada produk HPAI tersebut bertujuan untuk membujuk calon konsumen untuk bergabung di dalam bisnis HPAI, karena hal ini memang prinsip dari bisnis MLM yakni memperbanyak relasi dan mengajak orang baru untuk bergabung dalam bisnis. Prinsip harga harus jelas dan tidak ada unsur penipuan, harga produk HPAI yang dipertjual belikan harus sesuai dan jelas ketika akad berlangsung.

3. Prinsip Kehendak Bebas

Dalam perspektif Islam, manusia mempunyai kebebasan untuk mengambil sebuah keputusan yang diperlukan untuk mendapatkan kemaslahatan yang tertinggi dari sumber daya yang ada untuk dikelola dan dimanfaatkan guna mencapai kesejahteraan hidup. Akan tetapi kebebasan dalam Islam dibatasi oleh nilai-nilai Islam, dengan tidak mengabaikan kenyataan bahwa manusia sepenuhnya dituntun oleh hukum yang diciptakan Allah SWT, manusia diberikan kemampuan untuk berfikir dan membuat keputusan, untuk memilih jalan hidup yang ia inginkan, dan yang paling penting, untuk bertindak berdasarkan aturan apapun yang ia pilih.

Prinsip kehendak bebas berarti bahwa tidak adanya batasan bagi seseorang untuk aktif bekerja dan berkarya dengan segala potensi yang dimilikinya. Kebebasan yang dimaksud di atas adalah boleh melakukan strategi apapun dalam bekerja dan inovasi dalam kegiatan ekonomi ataupun pemasaran asalkan tidak melenceng dari nilai-nilai syariat. Kebebasan tersebut dapat diterapkan dengan cara menyusun strategi pemasaran agar *brand* yang dibangun semakin kuat, memanfaatkan media sosial dan mengadakan sebuah perkumpulan atau seminar untuk membangun ikatan emosioanal dengan para konsumen.¹³

Bentuk kehendak bebas yang dilakukan oleh stokis HPAI di Keppo Polagan Galis Pamekasan dalam kegiatan pemasaran adalah dengan cara GESIT PCA (Gemar Silaturahmi, Pakai, Cerita, Ajak) dan HS (Home Sharing). GESIT PCA dan HS adalah sebuah bentuk silaturahmi antara stokis dan konsumen yang bertujuan untuk mensosialisasikan produk HPAI. Selain menggunakan cara GESIT PCA dan HS, stokis juga menggunakan sosial media WhastApp untuk menjunjang pemasaran dan penjualan produk HPAI. GESIT PCA, HS dan penggunaan sosial media WhastApp merupakan bentuk ikhtiar dalam strategi pemasaran yang dilakukan oleh stokis,

¹³ Erly Juliani, "Etika Bisnis dalam Perspektif Islam," *Jurnal Ummul Qura* 7, no. 1 (Maret 2016), 67.

yang mana didalamnya penuh dengan kebaikan dan keterbukaan kepada konsumen. Hal ini sesuai dengan prinsip kehendak bebas dalam etika bisnis Islam.

4. Prinsip Kebenaran

Prinsip kebenaran artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan manfaat kepada orang lain. Maka hendaknya mengatakan tentang kebenaran tentang produk yang dijual, baik manfaat, kegunaan, kualitas dan kuantitas suatu produk yang dijual.¹⁴

Stokis HPAI di Keppo Polagan Galis Pamekasan mampu memahami manfaat serta kegunaan dari produk HPAI, menjelaskan produknya seperti menunjukkan tingkat profesional sebagai pemasar. Prinsip kebenaran merupakan kemampuan dalam mengkomunikasikan barang dan membangun relasi bisnis. Sebagai stokis resmi yang menyediakan, memasarkan dan menjual produk HPAI, stokis berkewajiban untuk menjamin barang yang diperdagangkan. Baik itu manfaat, kegunaan, kualitas dan kuantitas produk kepada konsumen. Jaminan kualitas halal ini selaras dengan motto perusahaan yaitu "*Halal is My Way*" bahwa setiap produk HPAI pasti mempunyai label halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI). Hal tersebut menunjukkan bahawa stokis menerapkan prinsip kebenaran dalam etika bisnis Islam.

5. Prinsip Tanggung Jawab

Islam sangat menekankan pada prinsip tanggung jawab. Prinsip tanggung jawab dapat diartikan sebagai kesadaran seseorang akan kewajiban untuk menanggung segala sesuatu atas apa yang telah diperbuat. Apabila prinsip tanggung jawab ini dilaksanakan, maka akan terpelihara kesinambungan usaha dalam jangka panjang.¹⁵ Seorang pebisnis harus totalitas terhadap usaha yang ditekuni, menjalankan peraturan perusahaan jika bekerja di sebuah lembaga atau instansi. Selain itu, kita harus mengutamakan hak konsumen, diantaranya dengan cara melakukan strategi pemasaran dengan baik sesuai dengan aturan, memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen, serta merespon dengan baik jika ada keluhan-keluhan dari konsumen mengenai produk yang dikonsumsi.

Prinsip tanggung jawab yang dilakukan oleh stokis HPAI di Keppo Polagan Galis Pamekasan diimplementasikan dengan totalitas dalam usaha yang dijalani, hal ini dibuktikan dengan menerapkan GESIT PCA dan HS pada strategi pemasaran produk HPAI, yang mana hal tersebut merupakan salah satu standarisasi keagenan dalam bisnis HPAI. Selain itu, stokis juga menjamin kualitas produk HPAI halal berkualitas yang dapat dibuktikan dengan sertifikat halal dari MUI.

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis menganalisa bahwa strategi pemasaran merupakan proses penawaran. Islam memberikan pemahaman bahwa pemasaran bermakna suatu pemahaman akan pentingnya nilai-nilai etika dan moralitas. Menurut prinsip syariah, pemasaran harus dilandasi dengan semangat beribadah kepada Allah SWT. dan berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama bukan untuk kepentingan pribadi.

Multi Level Marketing (MLM) adalah sistem pemasaran yang tidak dilarang dalam konteks hukum Islam. Jika dilihat dari sistem yang digunakan, keuntungan yang diperoleh dalam bisnis MLM HPAI adalah berdasarkan penjualan produk. Produk yang dijual adalah riil berupa barang dan jasa, serta pendapatan bonus dari perusahaan adil berdasarkan kinerja para agennya bukan didapatkan dari hasil rekrutmen. Hal ini jelas bahwa bisnis MLM tidak mengandung unsur *money game*.

¹⁴ Kurniawan dan Muhammad Zaenal Abidin, *Pengantar Pemasaran Islam*, 109.

¹⁵ *ibid*, 127.

GESIT PCA dan HS adalah strategi pemasaran yang diatur dalam bisnis MLM HPAI, yang harus diterapkan oleh setiap stokis atau agen dalam melakukan pemasaran. Bukan hanya sekedar promosi produk, dalam GESIT PCA dan HS stokis dan konsumen bisa saling silaturahmi dan semakin akrab. Sebagai seorang pembisnis kita juga harus menyambung silaturahmi, memperbanyak teman dan memperluas relasi. Sesuai dengan sistem pemasarannya, HPAI merupakan bisnis yang berbasis jaringan atau biasa dikenal dengan halal *network*. *Networking* yang luas berarti membuka peluang pintu rezeki yang lebar. Modal yang besar tidak menjamin akan suksesnya pemasaran produk dan pelayanan (*service*). Masyarakat cenderung jemu dengan iklan yang bombastis. Masyarakat atau konsumen akan cenderung mencoba suatu produk setelah ada rekomendasi dari teman atau orang-orang terpercaya yang telah merasakan manfaat dari produk yang ditawarkan.

Selain menganalisa strategi pemasaran atau *marketing*, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui penerapan etika bisnis Islam terhadap pemberian testimoni produk HPAI yang dilakukan stokis kepada pelanggan. Testimoni adalah kesaksian konsumen terhadap penggunaan produk atau jasa, baik dalam bentuk lisan maupun tertulis.¹⁶ Saat ini testimoni tidak hanya dapat dimanfaatkan sebagai sebuah gambaran untuk mengukur kualitas produk ataupun jasa yang ditawarkan, akan tetapi juga dapat dimanfaatkan sebagai sebuah cara pemasaran yang dinilai cukup ampuh untuk mempengaruhi konsumen supaya membeli produk yang ditawarkan.

Berdasarkan hasil penelitian, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Prinsip Keesaan

Stokis Herba Penawar Al Wahida Indonesia (HPAI) di Keppo Polagan Galis Pamekasan memberikan testimoni atau kesaksian khasiat produk kepada konsumen murni berdasarkan pengalaman pribadi selama mengkonsumsi produk HPAI. Kesaksian atau testimoni tersebut disampaikan kepada konsumen agar tertarik membeli produk HPAI. Kesaksian atau testimoni ini berupa kisah atau cerita yang bernilai psikologis, bercerita sesuai pengalaman pribadi akan menumbuhkan perasaan emosional antara penjual dan pembeli. Hal ini sesuai dengan unsur-unsur dalam testimoni bahwa cerita dapat membuat otak kanan bekerja sehingga seseorang akan mudah untuk mengingat, dan cepat untuk dipengaruhi. Cerita bisa langsung diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.¹⁷ Testimoni tersebut disampaikan apa adanya sesuai dengan apa yang dirasakan. Memberikan kesaksian dengan benar dan tepat, merupakan suatu cerminan penerapan prinsip keesaan dalam etika bisnis Islam. Selaku seorang pengusaha muslim haruslah memberikan kesaksian yang baik karena dalam dirinya selalu tertanam selalu diawasi oleh Allah SWT.

2. Prinsip Keadilan

Pemberian testimoni produk harus dilakukan secara adil. Artinya, tidak ada perbedaan dalam segi pelayanan dan ketika menceritakan pengalaman pemakaian sebagai testimoni. Pelayanan yang baik dan ramah haruslah dirasakan oleh semua konsumen. Hal ini yang dilakukan oleh stokis Herba Penawar Al Wahida Indonesia (HPAI) di Keppo Polagan Galis Pamekasan. Perilaku ini sesuai dengan prinsip keadilan dalam etika bisnis Islam, bahwa sebagai seorang pengusaha muslim hendaklah tidak membeda-bedakan konsumen yang satu dengan yang lainnya.

¹⁶ Agus Sriyanto dan Aris Wahyu Kuncoro, "Pengaruh *Brand Ambassador*, Minat Beli, dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Situs Beli Online Shop Shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur Periode Februari-April 2018)" *Jurnal Ekonomika dan Manajemen* 8, no. 1 (April, 2019), 23.

¹⁷ Mega Siti Ningrum dan Ratih Tresnati, "Pengaruh Iklan Testimoni terhadap Keputusan Pembelian (Survey Konsumen Klinik Vanela Beauty Care Cimareme Padalarang," *Jurnal Manajemen* 4, no. 1 (April, 2018), 275-276.

3. Prinsip Kehendak Bebas

Stokis Herba Penawar Al Wahida Indonesia (HPAI) di Keppo Polagan Galis Pamekasan selain memberikan testimoni atau kesaksian berdasarkan pengalaman pribadi, juga menggunakan testimoni berupa gambar yang didapat dari sosial media. Hal ini mencerminkan bahwa stokis menerapkan prinsip kehendak bebas dalam etika bisnis Islam sebagai bentuk strategi untuk mendapatkan keuntungan dalam bisnis, salah satunya adalah dengan memanfaatkan media sosial. Media testimoni berupa gambar tersebut digunakan pada kegiatan pemasaran dan promosi produk HPAI. Stokis tidak perlu menjelaskan terlalu lama terkait khasiat produk HPAI, karena di dalam testimoni berbentuk gambar tersebut berisi pengakuan dari konsumen lain yang sudah mengkonsumsi produk HPAI.

4. Prinsip Kebenaran

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat keluhan dari konsumen terkait ketidaksesuaian testimoni dan hasil yang didapat setelah mengkonsumsi produk. Hal tersebut disampaikan oleh Iffatul Hidayah selaku konsumen. Menurutnya, testimoni yang diberikan oleh stokis Herba Penawar Al Wahida Indonesia (HPAI) di Keppo Polagan Galis Pamekasan tidak sesuai ekspektasi. Hal ini menunjukkan bahwa pemberian testimoni menggunakan media gambar tidak bisa langsung dipercaya. Testimoni yang diambil di sosial media, bisa saja mengandung unsur penipuan atau dibuat-buat. Sehingga unsur spontanitas dan kredibilitas dari testimoni tersebut akan hilang serta dapat diragukan. Tindakan seperti ini melenceng dari prinsip kebenaran dalam etika bisnis Islam.

5. Prinsip Tanggung Jawab

Stokis memiliki peran penting dalam kegiatan pemasaran, promosi, hingga penjualan produk. Sudah seharusnya setiap informasi yang disampaikan kepada konsumen haruslah memuat informasi yang benar. Stokis harus memiliki pengetahuan yang baik, mempunyai keterampilan dan sebuah pengalaman. Sehingga tidak ada yang dirugikan di antara kedua belah pihak dan keberkahan dalam penjualan didapatkan. Prinsip tanggung jawab ditunjukkan oleh stokis Herba Penawar Al Wahida Indonesia (HPAI) di Keppo Polagan Galis Pamekasan terkait dengan keluhan konsumen yang beranggapan bahwa testimoni produk yang diberikan tidak sesuai ekspektasi. Menurut pemaparannya, akan ada tindak lanjut akan hal itu. Selaku stokis pasti akan memberikan penjelasan dan memberikan saran. Karena memang tidak semua konsumen akan merasa puas 100% dengan produk yang dibeli.

Berdasarkan penjelasan di atas menunjukkan bahwa stokis HPAI di Keppo Polagan Galis Pamekasan secara garis besar sudah menerapkan prinsip etika bisnis Islam dalam strategi pemasaran yang dilakukan. Selain itu, berdasarkan hasil penelitian dapat penulis simpulkan bahwa bisnis MLM HPAI bebas dari unsur *money game*, strategi pemasaran dan pemberian testimoni produk secara garis besar dilakukan dengan baik dan transparan. Hal ini dibuktikan dengan transaksinya berupa barang yang jelas, produk mendapatkan izin edar, halal dan aman dikonsumsi oleh masyarakat.

PENUTUP

Penerapan etika bisnis Islam terhadap strategi pemasaran pada bisnis MLM Stokis Herba Penawar Al Wahida Indonesia (HPAI) di Keppo Polagan Galis Pamekasan secara garis besar sudah menerapkan prinsip etika bisnis Islam. Prinsip etika bisnis Islam yang sudah terpenuhi adalah prinsip keesaan, prinsip keseimbangan, prinsip kehendak bebas, prinsip kebenaran dan prinsip tanggung jawab. Sedangkan pemberian testimoni produk pada bisnis MLM Stokis Herba Penawar Al Wahida Indonesia (HPAI) di Keppo Polagan Galis Pamekasan secara garis besar juga sudah menerapkan etika bisnis Islam. akan tetapi ada satu prinsip yang belum terpenuhi. Adapun prinsip etika bisnis Islam yang sudah terpenuhi adalah prinsip keesaan, prinsip keadilan, prinsip kehendak bebas, dan prinsip tanggung jawab. Sedangkan prinsip etika bisnis Islam yang belum terpenuhi adalah prinsip kebenaran. Berkaitan dengan kekurangan dalam penulisan, penelitian ini perlu dikembangkan dan disempurnakan oleh peneliti selanjutnya. Maka dari itu, kritik dan saran dalam penelitian ini sangat diperlukan agar lebih sempurna dan seluruh pelaku usaha diharapkan menerapkan dan mengaplikasikan etika bisnis Islam pada operasional bisnis yang dijalani.

DAFTAR PUSTAKA

- Badroen, Faisal dkk. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2006.
- Boni, Supriyadi Yosuf . *Apa Salah MLM? Sanggahan 22 Pengharaman Multi Level Marketing*. Jakarta Timur: Pustaka Al-Kautsar, 2017.
- Fatwa Dewan Syariah Nasional Pedoman Langsung Berjenjang Syariah (PBLIS)*. Jakarta: DSN MUI, 2009.
- Juliani, Erly. "Etika Bisnis dalam Perspektif Islam," *Jurnal Ummul Qura* 7, no. 1 Maret 2016.
- Kurniawan, Dhika Amalia dan Muhammad Zaenal Abidin. *Pengantar Pemasaran Islam*. Ponorogo: Lembaga Penerbitan Universitas Darussalam Gontor, 2018.
- Marimin, Agus dkk., "Bisnis Multi Level Marketing (MLM) dalam Pandangan Islam," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 02, no. 02 Juli 2016.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014.
- Mufid, Moh. *Maqashid Ekonomi Syariah Tujuan dan Aplikasi*. Malang: Empatdua Media, 2018.
- Ningrum, Mega Siti dan Ratih Tresnati. "Pengaruh Iklan Testimoni terhadap Keputusan Pembelian (Survey Konsumen Klinik Vanela Beauty Care Cimareme Padalarang)," *Jurnal Manajemen* 4, no. 1 April, 2018.
- Panduan Sukses HPAI.
- Ramly, Zulchaidir B. Firly. *The Master Book to be the Best Market Leader Hand Book for Agenst of Halal Network International*. Jakarta: Cells-HNI, 2017.
- Rozalinda. *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*. Jakarta: Rajawali Pres, 2015.
- Sriyanto, Agus dan Aris Wahyu Kuncoro. "Pengaruh *Brand Ambassador*, Minat Beli, dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Situs Beli Online Shop Shopee

Widadatur Rahmah, Lukmanul Hakim

Indonesia di Universitas Budi Luhur Periode Februari-April 2018)” *Jurnal Ekonomika dan Manajemen* 8, no. 1 April, 2019.

Wuryando, Bagoes. *Jurus Maut MLM Anti Gagal Tips & Trik Memilih Bisnis Jaringan yang Pas untuk Anda*. Yogyakarta: MedPress, 2010.