

## **Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Pelaksanaan Sistem Pemasaran Tiket Umrah Melalui Program Member Get Member di PT Arminareka Perdana Cabang Bandung**

Review of Islamic Business Ethics on Implementation of Marketing System of Umrah Ticket Through Member Get Member Program in PT Arminareka Perdana Bandung

<sup>1</sup>Icha Meita Naswita, <sup>2</sup>Neneng Nurhasanah, <sup>3</sup>Maman Surahman  
<sup>1,2,3</sup> Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Bandung  
Jl Tamansari No. 1 Bandung 40116  
email: meitanaswita@gmail.com

**Abstract.** The practice of marketing system of umrah travel services by PT Arminareka through member get member program that adopt the MLM system is not yet fully in accordance with Islamic business ethics because the possibility of an agent has not get the fee or bonus for its performance in registering the candidate for new umroh in Arminareka. In addition, there is also the possibility of fouling the intention of worship to perform Umrah to be an intention to pursue only worldly profits. In terms of fikh provisions muamalah also, MLM position itself is still disputed legal position. What else should Umrah worship should be pursued with halal funds, should not be on the fund vague (*syubhat*) what else is haram. Based on the background of the problem, then the research problem focused on the question as follows: How the implementation of Multi Level Marketing system in the business products travel services Umrah according to Islamic business ethics? How is the member get member program implemented in the umrah ticket sales marketing system at PT Arminareka Perdana Bandung? And how the Islamic business ethics review of the implementation of member get member program in Umrah ticket sales marketing system in PT Arminareka Perdana Bandung? The research method used in this research is descriptive analysis with a qualitative approach that examines the implementation of member get member in marketing activities travel agency Umrah in PT Arminareka viewed from the perspective of Islamic business ethics values. Data collection techniques were conducted with field study techniques and literature study. The conclusion of this research is the implementation of Multi Level Marketing system in the product of Umrah travel service business according to Islamic business ethics. Implementation of Member Get Member program in Umrah ticket sales marketing system in PT Arminareksa Perdana Bandung is done through MLM system based on the provisions set forth in the Fatwa DSN-MUI Number 83 / DSN-MUI / VI / 2012 About Direct Sales Tiered Sharia Umrah Travel Services. And the implementation of Member Get Member program in Umrah ticket sales marketing system in PT Arminareksa Perdana Bandung in general has been in accordance with Islamic business ethics.

**Keywords:** Marketing, Service, Umrah and Business Ethics

**Abstrak.** Praktek sistem pemasaran produk jasa biro perjalanan umrah yang dilakukan PT Arminareka melalui program *Member Get Member* yang mengadopsi sistem MLM ada yang berpendapat belum sepenuhnya sesuai dengan etika bisnis Islam karena kemungkinan seorang agen belum mendapatkan *fee* atau bonus atas kinerjanya dalam mendaftarkan orang menjadi calon jamaah umrah baru di Arminareka. Selain itu, terdapat juga adanya kemungkinan pengkotoran niat ibadah untuk melakukan umrah menjadi niat hanya mengejar keuntungan duniawi saja. Kemudian dari sisi ketentuan fikih muamalah juga, kedudukan MLM itu sendiri masih diperselisihkan kedudukan hukumnya. Apa lagi ibadah umrah haruslah ditempuh dengan dana yang halal, tidak boleh pada dana yang samar-samar (*syubhat*) apa lagi yang haram. Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, maka permasalahan penelitian difokuskan pada pertanyaan sebagai berikut : Bagaimana implementasi sistem *Multi Level Marketing* dalam produk bisnis jasa perjalanan umrah menurut etika bisnis Islam? Bagaimana pelaksanaan program *Member Get Member* dalam sistem pemasaran penjualan tiket umrah di PT Arminareka Perdana Bandung? Dan bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap pelaksanaan program *Member Get Member* dalam sistem pemasaran penjualan tiket umrah di PT Arminareka Perdana Bandung? Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analisis dengan pendekatan kualitatif yaitu meneliti pelaksanaan *Member Get Member* dalam kegiatan pemasaran biro jasa perjalanan umrah di PT Arminareka ditinjau dari perspektif nilai-nilai etika bisnis Islam. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan teknik studi lapangan dan studi kepustakaan. Simpulan dari penelitian ini adalah implementasi sistem *Multi Level Marketing* yang diterapkan dalam sistem pemasaran produk atau layanan biro perjalanan umrah boleh dilakukan selama sesuai dengan etika bisnis Islam. Pelaksanaan program *Member Get Member* dalam sistem pemasaran penjualan tiket umrah di PT

Arminareka Perdana Bandung dilakukan melalui sistem MLM yang disandarkan kepada ketentuan yang termaktub dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 83/DSN-MUI/VI/2012 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah Jasa Perjalanan Umrah. Serta pelaksanaan program *Member Get Member* dalam sistem pemasaran penjualan tiket umrah di PT Arminareka Perdana Bandung secara umum telah sesuai dengan etika bisnis Islam.

**Kata Kunci:** *Marketing, Jasa, Umrah dan Etika Bisnis.*

## A. Pendahuluan

Penyelenggaraan ibadah haji dan umroh, merupakan rangkaian kegiatan yang beragam, melibatkan banyak pihak dan orang, mengelola banyak dana masyarakat, dilaksanakan dalam rentang waktu yang panjang di dalam negeri dan di Arab Saudi, sehingga memerlukan kerjasama yang erat dan koordinasi yang dekat, manajemen yang baik dan penanganan yang cermat serta dukungan sumber daya manusia yang handal dan amanah sangatlah berpengaruh untuk kelancaran memberangkatkan para jamaah ke Baitullah. Dalam penyelenggaraan ibadah haji dan umrah membutuhkan pelayanan jasa yang meliputi perencanaan dan kebijakan yang telah ditetapkan sejak pendaftaran, pembiayaan, penyiapan akomodasi baik pemondokan atau penginapan maupun catering, penyiapan transportasi, pelunasan biaya, pengelompokan, pelaksanaan bimbingan dan manasik, penyelesaian dokumen dan paspor, pemvisaan serta penyiapan sumber daya pendukung dan pelaksana oprasional.

PT. Arminareka Perdana adalah perusahaan yang memasarkan jasa layanan umrah dan haji. Berbagai macam sistem pemasaran dilakukan perusahaan ini dalam memasarkan produk layanan umrah dan haji, baik penjualan secara langsung ataupun dengan sistem penjualan langsung berjenjang (PLB) melalui program *member get member*. Pendaftaran bagi calon jamaah umrah di PT Arminareka dikenakan sistem DP keberangkatan sebesar Rp. 3.500.000,-. Bila DP sudah dibayar, maka jama'ah tersebut telah sah menjadi calon jama'ah umrah. Untuk mencukupi kekurangan biaya jama'ah bisa mengangsur setiap bulan atau mempromosikan kepada jama'ah lain untuk bergabung menjadi calon jama'ah umrah dan haji. Komisi yang akan diterima oleh jama'ah yang berhasil mereferensikan satu calon jama'ah umrah PT. Arminareka adalah Rp. 1.500.000. Selain itu, apabila setelah mereferensikan satu orang calon jama'ah melahirkan anggota yang lain, maka jama'ah yang mereferensikan sebelumnya akan mendapatkan komisi pasangan dan royalti. PT. Arminareka Perdana menghargai komisi pasangan sebesar Rp. 500.000, sedangkan komisi royalti sebesar Rp. 1.000.000,-.<sup>1</sup>

Program *member get member* yang dilaksanakan PT Arminareka di atas, pada intinya merupakan program promosi melalui pemberian *fee* bagi jamaah. Akan tetapi, penerapan sistem *member get member* dalam rangka promosi produk jasa perjalanan umrah di PT Arminareka tersebut terindikasi mirip dengan sistem *Multi Level Marketing* (MLM), sehingga menimbulkan keraguan diantara para calon jamaah umrah sendiri.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai praktek sistem pemasaran *member get member* yang menggunakan sistem MLM ditinjau dari perspektif nilai-nilai etika bisnis islam dengan judul: **“TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP PELAKSANAAN SISTEM PEMASARAN TIKET UMRAH MELALUI PROGRAM MEMBER GET MEMBER DI PT ARMINAREKA PERDANA CABANG BANDUNG”**.

---

<sup>1</sup> Dokumentasi brosur produk umrah dan wawancara dengan Ibu Dewi selaku CS di PT Arminareka Cabang Bandung pada tanggal 28 April 2017.

## B. Landasan Teori

### Etika Bisnis Islam

Etika bisnis merupakan pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis. Moralitas disini berarti aspek baik atau buruk, terpuji atau tercela benar atau salah dari perilaku manusia. Kemudian dalam kajian etika bisnis Islam susunan *adjective* diatas ditambah dengan halal dan haram.<sup>2</sup> Etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang selanjutnya tentu akan melakukan hal benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pengertian etika bisnis islami tersebut selanjutnya dijadikan sebagai kerangka praktis yang secara fungsional akan membentuk suatu kesadaran beragama dalam melakukan setiap kegiatan ekonomi.

### Etika Pemasaran Islam

Etika pemasaran Islam atau yang lazim disebut pemasaran syariah adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *values* dari satu inisiator kepada *stakeholders*-nya yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam<sup>3</sup>. Pemasaran yang Islami adalah proses sosial dimana setiap individu atau kelompok dapat memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui proses penciptaan, penawaran serta pertukaran secara bebas produk/jasa yang bernilai dengan pihak lain yang dilakukan sesuai dengan nilai-nilai dan prinsip syari'ah.<sup>4</sup> Kemudian hal ini dititikberatkan kepada kebaikan dan menjauhi kemudharatan, hal ini sebagaimana yang tercantum di dalam Q.S Ali Imran ayat 104 sebagai berikut :

وَلْتَبَيَّنْكُمْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْفَضْلِحُونَ

“Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung”.<sup>5</sup>

### Konsep Ketentuan Penyelenggaraan Ibadah Umrah

Dari persepektif hukum syari', diajarkan bahwa umrah itu wajib sekali seumur hidup. Hal ini disandarkan dengan keterangan hadits yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah sebagai berikut :

عَنْ عَائِشَةَ قَالَتْ قُلْتُ يَا رَسُولَ اللَّهِ عَلَى النَّسَاءِ جِهَادٌ مَا لَمْ نَعْمَ عَلَيْهِنَّ جِهَادٌ لَّا قِتَالَ فِيهِ الْحَجُّ وَالْعُمْرَةُ. رواه ابن ماجه.

Dari 'Aisyah radhiyallahu 'anha, ia berkata, “Wahai Rasulullah, apakah wanita juga wajib berjihad?” Beliau shallallahu 'alaihi wa sallam menjawab, “Iya. Dia wajib berjihad tanpa ada peperangan di dalamnya, yaitu dengan haji dan 'umroh”.<sup>6</sup>

<sup>2</sup> A. Sonny Keraf, *Etika Bisnis, Tuntutan dan Relevansinya*, Kanisius, Yogyakarta, 1998, hlm. 17.

<sup>3</sup> Muhammad Syakir Sula, *Manajemen Pemasaran Bank dalam Hukum Syari'ah*. PT Raja Grafindo, Jakarta, 2001, Hlm. 2.

<sup>4</sup> *Ibid*, Hlm. 3.

<sup>5</sup> Depag RI, *Al Quran dan Terjemah*, CV Diponegoro, Bandung, 2000, Hlm. 93

<sup>6</sup> Muhammad Nasruddin, *Terjemahan Sunan Ibnu Majjah Jilid III*, Pustaka Azzam, Jakarta, 2009, hlm. 208.

Pada intinya, maksud dari ibadah umroh adalah datang ke Baitullah (*Masjidil Haram*) untuk melaksanakan ibadah umroh dengan syarat-syarat yang telah ditentukan. Umrah sebagai *fardu a'in* atas tiap-tiap laki-laki atau perempuan, sekali seumur hidup, seperti hajibagi segenap orang muslimbaik laki-laki maupun perempuan.<sup>7</sup>

### C. Hasil dan Penelitian

#### Implementasi Sistem *Multi Level Marketing* dalam Produk Bisnis Jasa Perjalanan Umrah Menurut Etika Bisnis Islam

Ijtihad sebagai metode hukum Islam memberi peluang untuk berkembangnya pemikiran umat Islam dalam menghadapi lajunya arus globalisasi dewasa ini. Berbagai jenis transaksi telah muncul dan menyebar ke seluruh lapisan masyarakat, baik di level bawah, menengah maupun atas. Salah satunya adalah bisnis MLM (*Multi Level Marketing*) yang menjanjikan bonus dan keuntungan yang berlipatganda bagi member atau anggota yang bergabung dalamnya.

*Multi Level marketing* (MLM) berasal dari bahasa Inggris, *Multi* berarti banyak sedangkan *Level* berarti jenjang atau tingkat. Adapun *Marketing* berarti pemasaran. Jadi dari kata tersebut dapat difahami bahwa MLM adalah pemasaran yang berjenjang banyak.<sup>8</sup> Disebut sebagai Multi Level karena merupakan suatu organisasi distributor yang melaksanakan penjualan yang berjenjang banyak atau bertingkat-tingkat. MLM ini bisa juga disebut sebagai *network marketing*. Disebut demikian karena anggota kelompok tersebut semakin banyak sehingga membentuk sebuah jaringan kerja (*network*) yang merupakan suatu sistem pemasaran dengan menggunakan jaringan kerja berupa sekumpulan banyak orang yang kerjanya melakukan pemasaran.

Perusahaan yang menjalankan bisnisnya dengan sistem MLM tidak hanya menjalankan penjualan produk barang, melainkan juga produk jasa, yaitu jasa marketing yang berlevel-level (bertingkat-tingkat) dengan imbalan berupa marketing *fee*, bonus sebagainya tergantung level, prestasi penjualan dan status keanggotaan distributor. Jasa penjualan ini (makelar) dalam terminologi fiqh disebut sebagai "*Samsarah / simsar*". Maksudnya perantara perdagangan (orang yang menjualkan barang atau mencarikan pembeli) untuk memudahkan jual beli.<sup>9</sup>

Pekerjaan *Samsarah/simsar* yang berupa makelar, distributor atau agen dalam fiqh termasuk akad ijarah yaitu transaksi memanfaatkan jasa orang dengan imbalan. Pada dasarnya para ulama seperti Ibnu Abbas, Imam Bukhari, Ibnu Sirin, Atha dan Ibrahim memandang boleh jasa ini.<sup>10</sup> Namun untuk sahnya pekerjaan ini harus memenuhi beberapa syarat di antaranya :

1. Adanya Perjanjian yang jelas antara kedua belah pihak.
2. Objek akad bisa diketahui manfaatnya secara nyata dan dapat diserahkan.
3. Objek akad bukan hal-hal yang diharamkan dan maksiat.

Distributor dan perusahaan harus jujur, ikhlas, transparan, tidak menipu dan tidak menjalankan bisnis yang haram dan tidak jelas halal atau haramnya (*syubhat*). Distributor dalam hal ini berhak menerima imbalan setelah berhasil memenuhi akadnya. Sedangkan pihak perusahaan yang menggunakan jasa marketing harus segera memberikan imbalan para distributor dan tidak boleh menhanguskan atau menghilangkannya. Pola ini sejalan dengan firman Allah QS. Al-A'raf : 85 dan al-

<sup>7</sup>Rochim M. *Bimbingan Umroh dan Haji Lengkap*. Penerbit Erlangga, Jakarta, 2011, hlm. 13.

<sup>8</sup> Andreas Harefa, *Multi Level Marketing*, PT Gramedia, Jakarta, 1999, Hlm. 4.

<sup>9</sup> Sayyid Sabiq, *Fiqh as-Sunnah Jilid IV*, Penerbit Pena Pundi Aksara, Jakarta, 2013, Hlm. 137.

<sup>10</sup> *Ibid*, Hlm. 137.

Baqarah ayat 233 sebagai berikut :

فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ وَلَا تَبْخُسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ

“Maka sempurnakanlah takaran dan timbangan dan janganlah kamu kurangkan bagi manusia barang-barang takaran dan timbangannya...”.<sup>11</sup>

Berdasarkan uraian di atas, maka hukum dari MLM ini adalah mubah berdasarkan kaidah ushuliyah “al-ashlu fil mu’amalah al-ibahah hatta dallad dalilu ala tahrimiha” (asal dari semua transaksi/perikatan adalah boleh sehingga ada indikator yang menunjukkan keharamannya). Selain itu, karena bisnis MLM merupakan bagian dari perdagangan oleh sebab itu bisnis ini juga harus memenuhi syarat dan rukun sahnya sebuah perikatan.

### **Pelaksanaan Program Member Get Member Dalam Sistem Pemasaran Penjualan Tiket Umrah di PT Arminareka Perdana Cabang Bandung**

Secara umum pelaksanaan program *Member Get Member* dalam sistem pemasaran penjualan tiket umrah di PT Arminareka Perdana Bandung dilakukan melalui sistem MLM yang disandarkan kepada ketentuan yang termaktub dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 83/DSN-MUI/VI/2012 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah Jasa Perjalanan Umrah.

### **Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Pelaksanaan Program Member Get Member Dalam Sistem Pemasaran Penjualan Tiket Umrah di PT Arminareka Perdana Cabang Bandung**

Pelaksanaan program *Member Get Member* dalam sistem pemasaran penjualan tiket umrah terdapat kesesuaian Sistem PLBS PT. Arminareka Perdana (ARP) dengan apa yang termaktub dalam Fatwa DSN-MUI tentang PLBS antara lain :

1. Akad yang dilakukan yakni Jual-Beli jasa, yang ditandai dengan voucher sebagai DP umrah atau haji. Yang kemudian uang ini oleh PT Arminareka Perdana dijadikan sebagai DP Hotel, Pesawat dan lain-lain.
2. Jamaah yang bekerja yang mendapatkan, melalui sistem PLBS jamaah dapat mengetahui hasil prestasi yang telah di lakukan. Agar terjadinya keadilan dalam pemberian komisi / bonus (*Ujrah*) dan tidak memberikan iming-iming keuntungan besar (*Ighra'*) bila jamaah tidak menjalankan hak usaha kemitraan atau program solusi dari PT. Arminareka Perdana Cabang Bandung.
3. Dengan sistem PLBS atau sistem jaringan keuntungannya untuk mempermudah sistem pembayaran (Komisi yang didapat) dan memotivasi jamaah. Jamaah akan termotivasi dan terus mengajak jamaah lain berniat pergi ke tanah suci (umrah) dengan memberikan imbalan (*iwadh*) atas pencapaian hasil (*natijah*) yang ditentukan dari suatu pekerjaan (*obyek akad Ju'alah*).
4. Dengan sistem pembinaan yang dilakukan perusahaan maupun anggota PLBS untuk menjalankan bisnis dengan metode penjualan langsung. Maka akan terciptanya sistem duplikasi yang baik dan menjadikan pengaruh bagi peningkatan jumlah calon jamaah.

#### **D. Kesimpulan**

Berdasarkan pemaparan pada pembahasan bab sebelumnya dan poin-poin yang terdapat dalam rumusan masalah, maka penulis memberikan kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut :

<sup>11</sup> Depag RI, *Al Quran dan Terjemahan*, Pustaka Al Kautsar, Jakarta, 2010, Hlm. 40.

1. Implementasi sistem pemasaran produk melalui MLM yang diterapkan dalam sistem pemasaran produk atau layanan jasa seperti biro perjalanan umrah sesuai dengan etika bisnis Islam selama memasukan unsur-unsur nilai etika bisnis Islam yang meliputi nilai prinsip-prinsip dalam bermuamalah yang meliputi kebolehan, kemaslahatan, saling rela (antaradhin) dan keadilan.
2. Pelaksanaan program Member Get Member dalam sistem pemasaran penjualan tiket umrah di PT Arminareka Perdana Bandung dilakukan melalui sistem MLM yang disandarkan kepada ketentuan yang termaktub dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 83/DSN-MUI/VI/2012 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah Jasa Perjalanan Umrah. Namun demikian, dalam fakta pelaksanaannya terkadang pembagian fee mengalami keterlambatan dan pihak manajemen tidak memberikan keterangan kepada member atau agen secara terbuka mengenai keterlambatan tersebut.
3. Pelaksanaan program Member Get Member dalam sistem pemasaran penjualan tiket umrah di PT Arminareka Perdana Bandung secara umum telah sesuai dengan etika bisnis Islam yang tertuang dalam fatwa DSN-MUI Nomor 83/DSN-MUI/VI/2012 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah Jasa Perjalanan Umrah. Namun pihak manajemen Arminareka belum komprehensif dalam mengimplementasikan nilai-nilai etika bisnis Islam yang selaras dengan prinsip-prinsip dalam bermuamalah yang meliputi kebolehan, kemaslahatan, keterbukaan, saling rela (antaradhin) dan keadilan. Penerapan sistem MLM dalam produk member get member di PT Arminareka Perdana Cabang Bandung tidak terindikasi adanya praktek kecurangan yang bertentangan dengan ajaran Islam.

### Daftar Pustaka

- A. Sonny Keraf, *Etika Bisnis, Tuntutan dan Relevansinya*, Kanisius, Yogyakarta, 1998.
- A. Warson Al Munawir, *Kamus Arab Indonesia al-Munawir*, Ponpes Al Munawir, Yogyakarta, 1984,
- Departemen Agama RI, *Petunjuk Teknis Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umroh*, Pustaka Al Kautsar, Jakarta, 2011.
- Depag RI, *Al Quran dan Terjemah*, CV Diponegoro, Bandung, 2000.
- Dokumentasi brosur produk umrah dan wawancara dengan Ibu Dewi selaku CS di PT Arminareka Cabang Bandung pada tanggal 28 April 2017..
- Muhammad Ismail Al Bukhari, *Shahih Bukhari Kitab Buyu' Hadits Nomor 1910 Juz IV* (Terjemahan oleh Muhammad Nasruddin), Pustaka Al Kautsar, Jakarta, 2009.
- Muhammad Nasruddin, *Terjemahan Sunan Ibnu Majjah Jilid III*, Pustaka Azzam, Jakarta, 2009.
- Muhammad Syakir Sula, *Manajemen Pemasaran Bank dalam Hukum Syari'ah*. PT Raja Grafindo, Jakarta, 2001.