ANALISIS PENJUALAN *ORIFLAME* MELALUI JARINGAN *MULTI LEVEL MARKETING* MENURUT PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

(Studi Kasus: Konsultan *Oriflame* di Kota Bukittinggi)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Islam
Pada Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam

Oleh:

YONA PRATIWI ANGGRAINI
NIM. 1412.109

JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BUKITTINGGI

1438 H / 2017 M

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing Skripsi atas nama, **Yona Pratiwi Anggraini Bp.3212.109** dengan judul **"Analisis Penjualan *Oriflame* Melalui Jaringan *Multi Level Marketing* Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus: Konsultan *Oriflame* di Kota Bukittinggi)** memandang bahwa Skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan ke Sidang *Munaqasah.*

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Pembimbing I	**Pembimbing II**
Era Sonita SE, M.Si	**Drs.Genta Sakti MA**
NIP.197110252003122002	**NIP.196410101994071000**

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi yang berjudul **"Analisis Penjualan *Oriflame* Melalui Jaringan *Multi Level Marketing* Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam"** yang di susun oleh saudari **" YONA PRATIWI ANGGRAINI. NIM: 3212.109"**, Telah di uji dalam sidang Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bukittinggi, hari jum'at 24 Febuari 2017 dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar serjana program strata satu (S-1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Ekonomi Islam.

Bukittinggi, Maret 2017

Tim Peguji

Ketua

Dra. Rusyaida, M.Ag
NIP. 19690609 199703 2001

Penguji Utama

Dra. Rusyaida, M.Ag
NIP. 19690609 199703 2001

Yefri Jenri, MA
NIP. 19760206 200312 1004

Pendamping
(pembimbing)

Era Sonita SE, M. Si
NIP. 19711025 200312 2002

Drs. Genta Sakti, MA
NIP 19641010 199407 1000

Mengetahui.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi

H. Hartanti, SE, M. Si
NIP. 19621110 199903 1001

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul **"Analisis Penjualan *Oriflame* Melalui Jaringan *Multi Level Marketing* menurut Perspektif Etika Bisnis Islam (Konsultan *Oriflame* di Kota Bukittinggi).** Disusun oleh **Yona Pratiwi Anggraini Bp 3212.109.** Skripsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Bukittinggi.

Penulisan skripsi ini dilatarbelakangi dengan melihat bagaimana penjualan *Oriflame* melalui jaringan *Multi Level Marketing* menurut perspektif etika bisnis Islam (Konsultan *Oriflame* di Kota Bukittinggi) konsultan yang ada pada bisnis *Oriflame* dalam menjalankannya prateknya masih jauh dari etika bisnis Islam

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan atau (*field research*) dan bersifat kualitatif. Pendekatan yang di gunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Penelitian ini menggambarkan analisis penjualan *Oriflame* Melalui Jaringan *Multi Level Marketing* Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam. Untuk mengumpulkan data penulis melakukan wawancara dan observasi yaitu melihat langsung bagaimana analisis penjualan *Oriflame* melalui jaringan *Multi Level Marketing* menurut perspektif etika bisnis Islam.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa analisis penjualan *Oriflame* melalui jaringan *Multi Level Marketing* (konsultan *Oriflame* di kota Bukittinggi) adalah bahwa dalam penjualan *Oriflame*, konsultan hanya menginginkan penjualan yang mendapatkan keuntungan yang sangat banyak dengan itu konsultan melakukan berbagai cara untuk mendapatkan keuntungan tersebut, sistem penjualan *Oriflame* di lakuakan melalui jaringan *Multi Level Marketing* yang artinya penjualan yang dilakukan dengan pemasaran dengan berjenjang banyak, maka para konsultan menjalankan bisnis dengan merekrut anggota baru dengan mendapatkan konsultan-konsultan baru, maka dari itu bonus dan omset yang di dapat dengan merekrut anggota baru. Mencari keuntungan dengan memanfaatkan tenaga orang lain, dapat menekankan pada hubungan yang tidak akan bisa di perbaiki lagi, dengan melakukan suatu bisnis yang tidak menerapkan bisnis yang telah di ajarkan oleh Rasulallah saw yaitu tidak dilakukan dengan kejujuran dan amanah, dari sanalah bisa dilihat bahwa konsultan dalam penjanjian tang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam.

Kata Kunci: Penjualan, *Oriflame*, *Multi Level Marketing*, Etika bisnis Islam.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi tepat pada waktunya.

Shalawat beiringan salam, penulis ucapkan buat junjungan umat sedunia yakni Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita kepadaalam yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti yang kita rasakan pada saat ini.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Fakultas Ekonomi Islam untuk mencapai gelar serjana Ekonomi Islam. Adapun judul skripsi ini adalah **"Analisis Penjualan *Oriflame* Melalui Jaringan *Multi Level Marketing* Menurut Pespektif Etika Bisnis Islam (Konsultan *Oriflame* di Kota Bukittinggi).**

Terima kasih sebesar-besarnya, khusus penulis sampaikan untuk Ayahanda tercinta **Jamaris** dan Ibunda tersayang **Suharni** karena berkat do'a beliau pagi dan petang membuat penulis tidak pernah patah semangat untuk melaksanakan berbagai aktivitas terutama menyusun skripsi ini, semoga Allah SWT melindungi dan memberkati beliau, beserta kakak Wati, abang Zul, uda Riki, uni Nita, kakak Yulia, kakak Tari dan Adam yang telah memberikan motivasi kepada penulis.

Penulisan skripsi ini tidak akan terlaksana dengan baik tanpa adanya dukungan serta bantuan dari pihak lain. Oleh karena itu, izinkan penulis

mengucapkan rasa syukur kepada orang-orang yang telah berjasa dalam penyelesaian skripsi ini diantaranya:

1. Ibu Dr.Ridha Ahida, M. Hum, selaku rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi, Bapak H. Harfandi, SE, M. Si selaku dekan fakultas ekonomi dan bisnis Islam serta Bapak Yefri Joni, MA selaku ketua jurusan Ekonomi Islam yang telah memberikan fasilitas kepada penulis untuk menuntut ilmu di IAIN Bukittinggi.
2. Ibu Era Sonita selaku pembimbing I dan Bapak Genta Sakti selaku pembimbing II. Terima kasih atas bimbingan yang telah diberikan selama penulis menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Era Sonita SE, M.Si selaku penasehat akademik yang telah memberikan nasehatnya demi kelancaran proses belajar penulis.
4. Bapak/ibu pegawai perpustakaan yang telah menyediakan fasilitas kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak/ibu dosen yang telah memberikan ilmunya sehingga penulis bisa melanjutkan karya ilmiah dalam bentuk skripsi.
6. Saudara-saudariku yang selalu bersama di saat suka dan duka, Bg Warman, Reta, Rabiatul Adawiyah Licia, Imelda, Mutia, Mita, Kantia. Terima kasih untuk kebersamaannya, semoga kita tetap saudara dan berharap selamanya. Amiiin.

7. Teman-teman seperjuangan pada Fakultas Ekonomi Islam angkatan 2012 serta sahabat yang selalu memberikan dorongan bagi penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu namanya serta teman-teman local Ekonomi Islam Non Reguler, terima kasih atas selama ini yang banyak memeberikan semangat bagi penulis. Semoga dapat meraih cita-citanya sehingga dapat mewujudkan impian untuk membahagiakan orangtua.

Selanjutnya kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Do'a dan harapan penulis kepada semua pihak yang memberikan bantuan, semoga Allah SWT membalas serta melimpahkan rahmat dan karunia-Nya. Amiiin.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masihjauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mengharapkan kritikan dan saran dari pembaca dari kesempurnaan skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati, penulis sajikan karya ilmiah dalam bentuk skripsi dengan harapan bisa bermanfaat bagi kita semua.

Bukittinggi, Maret 2017

Penulis,

YONA PRATIWI ANGGRAINI

NIM.3212.109

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

PERSETUJUAN PEMBIMBING

PENGESAHAN TIM PENGUJI

ABSTRAK……..…..i

KATA PENGANTAR……ii

DAFTAR ISI……..iii

DAFTAR TABEL……...iv

DAFTAR GAMBAR……..v

BAB I. PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Identifikasi Masalah 6

C. Rumusan Masalah……6

D. Batasan Masalah 7

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian 7

F. Penjelasan Judul 8

G. Kajian Terdahulu 10

BAB II. LANDASAN TEORI 12

A. Pemasaran 12

1. Pengertian Pemasaran 12

2. Sistem Pemasaran 13

B. *Multi Level Marketing* 14

1. Pengertian *Multi Level Marketing*.....14

2. Konsep Dasar *Multi Level Marketing* 16
3. Tinjuan Hukum Islam dalam *Multi Level Marketing*.……..21
C. Konsep Dasar Etika Bisnis Islam……26
1. Pengertian Etika Bisnis Islam……..….26
2. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam……...28
3. Landasan Syariah tentang Etika Bisnis dalam Islam……...32

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN 42

A. Jenis Penelitian 42
B. Lokasi dan Waktu Penelitian 42
C. Informan 42
D. Jenis dan Sumber Data…….……43
E. Teknik Pengumpulan Data 43
F. Teknik Analisis Data 45

BAB 1V. HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan *Oriflame*…….....47
B. Analisis penjualan *Oriflame* Melalui Jaringan *Multi Level Marketing* Menurut perspektif Etika Bisnis Islam…….53
C. Penjualan *Oriflame* Melalui Jaringan *Multi Level Marketing* dilihat Perspektif Etika Bisnis Islam……68

BAB V. PENUTUP

A. Kesimpulan…….…..74
B. Saran…….75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data jenis produk dan harga pada *Oriflame* tahun 2016

Tabel 1.2 Perkembangan Agen/Konsultan dan Omset *Oriflame*

Tabel 4.1 Perkembangan Agen/Konsultan dan Omset *Oriflame*

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.I Struktur Sosial……..49

Gambar 4.2 Panduan menjadi member *Oriflame*…….....57

Gambar 4.3 Produk *Oriflame*…….……63

Gambar 4.4 Peningkatan Perkembangan Penjualan *Oriflame* di Bukittinggi…….65

BAB I
PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Dalam kehidupan baik sosial, politik, hukum, ekonomi dan lain sebagainya telah membawa perubahan yang sangat besar bagi setiap individu dalam menjalani kehidupannya, dimana dalam ekonomi, perekonomian seakan menjadi nyawa bagi setiap individu, masyarakat, bangsa dan negara. Disadari atau tidak bahwa setiap individu didunia ini tidak akan bisa lepas dari yang namanya dunia perekonomian karena hal ini merupakan salah satu fitrah manusia dalam menjalani kehidupannya[1]. Salah satu dari kegiatan perekonomian tersebut adalah bisnis, dimana dengan dunia bisnis salah satu tujuannya adalah menghasilkan produk yang dikenal, disukai, dan dibeli oleh komsumen. Untuk mencapai tujuan tersebut pelaku bisnis tentuya harus memiliki strategi pemasaran yang tepat dan baik, karena tanpa strategi pemasaran yang baik dan tepat pelaku bisnis akan sulit memperkenalkan produknya sehingga secara otomatis produknya tidak dibeli oleh konsumen.

Salah satu kegiatan perusahaan yang paling penting adalah pemasaran. Pemasaran dapat dipandang tugas untuk menciptakan, memperkenalkan, dan memyerahkan produk kepada *costumer* dan *bisiness.* Pemasaran merupakan fungsi atau kegiatan yang langsung berhubungan dengan lingkungan

[1] Johan Arifin, Etika Bisnis Islami, (Semarang:Walisongo Press,2009),hal.31.

eksternal. Karena pemasaran memiliki peran penting dalam kelangsungan hidup perusahaan, maka pemasar perlu mengembangkan strategi. Salah satu strategi pemasaran yang perlu dipertimbangkan oleh perusahaan adalah strategi *MultiL level Marketing* (MLM).

Secara umum *multi level marketing* adalah suatu metode bisnis alternative yang berhubungan dengan pemasaran dan distribusi yang dilakukan melalui banyak level (tingkatan), yang biasa dikenal dengan istilah *upline* (tingkatan atas) dan *downline* (tingkat bawah), orang akan disebut *upline* jika telah memiliki *downline.* Bisnis yang dijalankan dengan sistem *multi level marketing* tidak hanya sekedar menjalankan penjualan produk barang, tetapi jasa, yaitu jasa marketing yang *berlevel-level* (beringkat-tingkat) dengan imbalan berupa marketing *free,* bonus, hadiah dan sebagainya, tergantung prestasi, dan level seseorang aanggota. Bisnis *multi level marketing* yang biasa terjadi dan dilakukan lembaga-lembaga konvensional adalah dengan berusaha menjaring konsumen untuk menjadi member, dengan mengharuskan calon konsumen membeli paket produk perusahaan dengan harga tertentu lalu pembeli diberi formulir keanggotaah dari perusahaan.

Dengan adanya para member baru yang sekaligus menjadi konsumen paket produk perusahan, maka member yang berada pada level pertama, kedua dan seterusnya akan selalu mendapatkan bonus secara estafet dari

perusahan, artinya para anggota lama tetap mendapatkan bonus terus menerus sekalipun dia tidak ikut mengumpulkan member baru. Namun dengan semakin maraknya *multi level marketing* yang kemudian banyak dipertanyakan apakah sistem bertingkat-tingkat tersebut sudah sesuai dengan etika bisnis Islam dan dalam memasarkan produk yang digunakan oleh para distributor sudah berjalan sesuai proses yang Islami dan berlandaskan Al-Quran dan Sunnah.

Etika bisnis sebagai seperangkat nilai tentang baik, buruk, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsp-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus komitmen dalam bertransaksi, berprilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnis yang baik.

Produk yang memakai sistem *Multi Level Marketing*adalah produk *Oriflame. Oriflame* merupakan adalah perusahaan berasal dari swedia yang didirikan oleh Jones dan Robert Of Jochnick. *Oriflame* adalah perusahaan kosmetik yang menawarkan produk kosmetik dan perawatan kulit alami berkualitas tinggi melalui jaringan penjual mandiri (*independent salez force*) yang berbeda dengan sistem retail (sistem menjual eceran) pada umumnya. Produk yang dipersembahkan *Oriflame* antara lain adalah toiletries, perawatan kulit, tata rias, danwewangian.

Berikut ini terdapat produk dan harga pada *Oriflame* tahun 2016sebagai berikut:

Tabel 1.1 Data jenis produk dan harga pada *Oriflame* tahun 2016

No	Jenis Produk	Harga
1.	Love Potion Eau De Parfum	330.000
2.	NS Soap Bar with Energising Mint & Raspberry	22.300
3.	NS Shampoo & Conditioner Anti-Dandruff with Burdock & Grapefruit	50.000
4.	Oriflame Pure Colour Nail Polish	34.600
5.	Giordani Gold Powder Brush	68.500
6.	Volare Anti-Perspirant 24H Deoderant	37.700
7.	The ONE Colour Unlimited Lipstick	91.500
8.	The ONE Colour Match Eye Shadow Duo	122.300
9.	The ONE High Impact Eye Pencil	53.100
10.	The ONE BB Cream SPF 30	114.600

Sumber: Katalog *Oriflame* 01-2016

Disini *Oriflame* mengusung konsep *Multi Level Marketing* (MLM). *Multi Level Marketing* (MLM) terbentuk lebih dari satu tingkat, dimana konsultan mendapatkan komisi penjualan dan bonus penjualan dari hasil penjualan barang dan/atau jasa yang dilakukannya sendiri dan anggota jaringan didalam kelompoknya.

Berikut ini tabel data perkembangan agen/konsultan dan omset *Oriflame*

Tabel 1.2 Perkembangan Agen/Konsultan dan Omset *Oriflame*

No	Level Konsultan	Bonus Point	Omset
1.	0%	0-199 BP	-
2.	3%	200-599 BP	±30.000
3.	6%	600-1199 BP	±200.000
4.	12%	2400-3999 BP	±1.100.000
5.	18%	6600-9999 BP	±3.200.000
6.	21%	10000 BP Keatas	±6.000.000

Sumber:Konsultan Manual *Oriflame*

Dari data diatas dapat dilihat bahwa perkembangan omset agen/konsultan *Oriflame,* yang mendapatkan omset >30.000, dan >6.000.000,- Dapat disimpulkan bahwa berbisnis dengan *Oriflame* mendapat keuntungan yang tinggi sehingga banyak agen/konsultan menfokuskan melakukan bisnis ini.

Maka dari itu saat inikeberadaan *Multi Level Marketing* (MLM) masih menjadi kontroversi bagi sebagian masyarakat ekonomi syariah.Karna sering kali di temukan kerancuan istilah dalam bisnis MLM yang pada hakikatnya adalah sebuah sistem distribusi barang dimana banyaknya bonus di dapat dan

omset penjualan yang didistribusikan melalui jaringannya. Berbagai alasan menjadi penyebab keraguan masyarakat terhadap etika bisnis dalam sistem *Multi Level Marketing* (MLM) mengingat begitu banyak kejadian di masyarakat yang kontroversial dimana masyarakat yang menginginkan kemakmuran, kekayaan, dan kesehatan dalam waktu relative singkat dan juga terdapat beberapa kejadian-kejadian yang menarik dan mengejutkan menegenai keberadaan *Multi Level Marketing* (MLM) ini, maka penulis sangat tertarik untuk meneliti dari segi etika bisnis. Penulis tertarik untuk meneliti *Multi Level Marketing* (MLM) menurut perspektif etika bisnis Islam.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis dapat mengidentifikasikan yaitu:

1. *Multi Level Marketing* sudah menjadi sistem pemasaran semua produk.
2. Produk *Oriflame* menggunakan *Multi level Marketing* sejak tahun 1967
3. Perkembangan agen dari produk *Oriflame* mengalami peningkatan.
4. Omset penjualan dari sistem *Multi Level Marketing* sangat menjanjikan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah diatas, penulis mefokuskan skripsi ini dengan rumusan masalah yaitu bagaimana Analisis Penjualan Jaringan *Multi Level Marketing* (MLM) menurut perspektif etika bisnis Islam yang terjadi pada *Oriflame.*

D. Batasan Masalah

Karna banyak produk *Oriflame* tersebar luas di wilayah Indonesia maka membatasi kasus pada konsultan MLM *Oriflame* menurut perspektif etika bisnis Islam.

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui analisis penjualan melalui jaringan *Multi Level Marketing* menurut perspektif etika bisnis Islam (Studi kasus Konsultan *Oriflame* di Kota Bukittinggi.

2. Manfaat Penelitian

a. Bagi Penulis

Sebagai salah satu syarat guna mencapai gelar serjana ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi Islam Dan Bisnis Islam IAIN Bukittinggi.

b. Bagi Akademis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi atau kajian bagi penelitian-penelitian berikutnya mampu memperbaiki dan menyempurnakan kelemahan dalam penelitian ini.

c. Bagi Praktisi

Hasil penelitian dapat dijadikan dasar bagi pemasar perusahaan kosmetik atau pelaku usaha kecantikan.Menjadi suatu keharusan agar pemasar perusahaan kosmetik atau pelaku usaha kecantikan untuk lebih memperhatikan masalah ini.Sehingga dapat membantu dalam upaya untuk

menentukan strategipemasar yang lebih baik demi terciptanya kemajuan usaha dalam jangkapanjang.

F. Penjelasan Judul

Penelitian yang berjudul "Analisis Penjualan Melalui Jaringan*Multi Level Marketing* menurut perspektif etika bisnis Islam ini di dukung dengan beberapa istilah yang perlu dijelaskan lebih lanjut, istilah tersebut diambil dari kata *Multi Level Marketing,*Pejualan, Etika bisnis Islam. Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman terhadap penulis proposal ini, maka penulis menjelaskan kata yang terdapat dalam judul ini, yaitu:

Analisis :Penyelidikan terhadap suatu pristiwa untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya.[2]

Penjualan :Interaksi antar individu saling bertemu muka yang ditunjukan untuk menciptakan, memperbaiki dan mempertahankan hubungan pertukaran sehingga menguntungkan bagi pihak lain.[3]

Oriflame :Perusahaan kosmetika yang menawarkan produk kosmetik dan perawatann kulit alami berkualitas tinggi melalui jaringan penjual mandiri (*independent sales force*),

[2]http://kbbi.web.id/konsultan diakses pada tanggal 3 maret 2017

[3]Zulkarnain, *Ilmu Menjual: Pendekatan Teoritis dan Kecakapan Menjual*,(Yogyakarta: Graha Ilmu,2012), hal 15.

yang berbeda dengan sistem retail pada umumnya.[4]

Multi Level Marketing (MLM): Menurut akar kata adalah singkatan dari "*Multi Level Marketing"*. Multi berarti banyak dan level berarti berjenjang atau tingkat. Sedangkan marketing artinya pemasaran. Jadi "*Multi Level Marketing"* adalah pemasaran yang berjenjang banyak.[5]

Etika Bisnis Islam :Doktrin etis yang berdasarkan ajaran-ajaran agama islam yang terdapat di dalam Al-Qur'an dan Sunnah Nabi Muhammad SAW. Yang didalamya terdapat nilai-nilai luhur dan sifat-sifat yang terpuji (mahmudah).[6]

Konsultan :Ahli yang tugasnya memberi petunjuk, pertimbangan, atau nasihat dalam suatu kegiatan (penelitian, dagang, dan sebagainya), penasihat[7]

---

[4] https://rizkiamaliapunyacerita.wordpress.com/apa-itu-oriflame/diakses pada tanggal 27 april 2016.

[5] Tarmizi Yusuf, *Strategi MLM Secara Cerdas dan Halal (*Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2000), hal.3.

[6] Sudarsono, *Etika Islam tentang Kenakalan Remaja*,(Jakarta: Bina Aksara, 1989), hal.41.

[7] http://kbbi.web.id/konsultan diakses pada tanggal 22 agustus 2016

G. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahuu merupakan hasil dari para peneliti yang mengkaji permasalahn tentang *Multi Level Marketing* sehingga mendapatkan hasil dari penelitian tersebut.

Eli Susanti yang berjudul **"Kajian tentang Penjualan Melalui Jaringan *Multi Level Marketing* menurut Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam".**

Hasil penelitian yang didapat dalam pengkajian skripsi menyimpulkan bahwa dalam *Multi Level Marketing* syariah harus sesuai dengan landasan Al-Qur'an dan Sunnah.[8]

Achyruddi yang berjudul **Pengaruh *Multi Level Marketing terhadap Perkembangan Perekonomian Masyarakat di Kota Makassar".***

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Multi Level Marketing* (MLM) tumbuh di Makasar sekitar tahun 1986 dan hingga sekarang ini perkembangannya pun semakin pesat. Persaingan antar perusahaan MLM tidak menjadikan para anggotanya satu sama lain menjadi bersaingsecara tidak sehat melainkan justru menganggapnya sebagai mitra bisnis. Sistem MLM dalam pamdangan Islam tidaklah menyimpang dari kaidah dasar bermuamalah, apalagi dalam operasionalnya MLM memenuhi unsure-unsur

[8]Eli Susanti,*Kajian Tentang Penjualan Melalui Jaringan Multi Level Marketing Menurut Prinsi-Prinsip Ekonomi Islam,*(Skripsi Serjana STAIN Bukittinggi, tidak diterbitkan,2014), hal.33.

jual beli syarat yang sah. Meskipun ada sebagian tokoh Islam yang menganggap makruh bahkan haram.[9]

Lis Sumiati yang berjudul **"Bisnis MLM dalam Pandangan Hukum Islam".**

Hasil penelitian yang terdapat dalam pengkajian skripsi menyimpulkan bahwa *Multi Level Marketing* dibolehkan atas beberapa faktor antara lain berlandasan teori, asa kesimbangan dan berkehendak bebas, landasan tanggung jawab.[10]

Dari hasil tersebut terdapat perbedaan satu sama lainnya. Oleh karena itu penulis mengkaji skripsi ini berdasarkan Etika Bisnis dalam Islam.

BAB II

LANDASAN TEORI

[9]Achyruddin,*Pengaruh Multi Level marketing Perkembangan Perekonomian Masyrakat di Kota Makasar*,(Skripsi Serjana UIN Alauddin Makassar ,tidak diterbitkan,2006), hal. 9.

[10]Lis Sumiati,*Bisnis MLM dalam pandangan Hukum Islam*, (Skripsi Serjana STAIN Cirebon,tidak diterbitkan,2005), hal.9.

A. Pemasaran

1. Pengertian Pemasaran

American Marketing Association (AMA) mendefinisikan pemasaran sebagai proses perencanaan dan pelaksanaan rencana penetapan harga,promosi dan distribusi dari ide-ide, barang-barang, dan jasa-jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan-tujuan individual dan organisasioal.[11]

Sedangkan Philip Kotler (1997) mendefinisikan pemasaran sebagai proses social dan manajerial yang dilakukan seseorang atau kelompok untuk memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk-produk yang bernilai dengan yang lainnya.

Dari pengertian pemasaran di atas, ada beberapa konsep yang perlu diperhatikan, yaitu:

1. Kebutuhan adalah sesuatu keadaan ketika dirasakan ketidakkepuasaan dasar tertentu yang sifatnya ada dan terletak dalam tubuh dan kondisi manusisa. Misalnya kebutuhan akan sandang, pangan dan papan., kemanaan, dan penghargaan. Kebutuhan ini tidak diciptakan oleh masyarakat atau pemasar. Kebutuhan ini ada dalam susunan biologi manusia dan kondisi manusia.
2. Keinginan adalah kehendak yang kuat akan pemuas yang spesifisik terhadap kebutuhan-kebutuhan yang lebih mendalam tadi. Misalnya setiap

[11]Panji Anoraga, *manajemen Bisnis*.(Jakarta:PT. Rineka Cipta,1997).hal.215.

orang membutuhkan makan, tetapi dapat dipuaskan melalui jenis makanan yang berbeda, seperti orangyang satu makan roti yang lainnya makan nasi soto, dan lain sebagainya. Meskipun kebutuhan manusia sedikit, keinginan mereka banyak.

3. Permintaan adalah keinginan terhadap produk-produk tertentu yang didukung oleh suatu kemampuan dan kemauan untuk membelinya. Keinginan akan menjadi permintaan jika didukungoleh kekuatan membeli.
4. Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada sesorang untuk memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan. Produk dapat berupa barang, jasa, maupun ide-ide.
5. Nilai adalah estimasi konsumen terhadap kapasitas produk secara keseluruhan untuk memuaskan kebutuhannya.

2. Sistem Pemasaran

1. Pengertian sistem pemasaran

Sistem adalah sekelompok item atau bagian-bagian yang saling berhubungan dan saling berkaitan secara tetap dalam membentuk satu kesatuan terpadu. Jadi dapat diartikan sistem pemasaran adalah kumpulan lembaga-lembaga yang melakukan tugas pemasaran barang, jasa, ide, orang, dan membentuk cara memepengaruhi hubungan perusahaan dengan pemasarannya.[12]

2. Macam-macam Sistem Pemasaran

a. Sistem pemasaran dengan saluran vertikal

[12]http://samatigaraya.blogspot.co.id/2010/02/sistem-pemasaran.html, di akses pada tanggal 21 juni 2016

Pada sistem ini produsen, grosir, dan pengecer bertindak dalam satu keterpaduan, bertujuan mengendalikan perilaku saluran dan mencegah perselisihan antara anggota saluran

b. Sistem pemasaran dengan saluran horizontal

Pada sistem ini, ada suatu kerjasama antara dua atau lebih perusahaan yang bergabung untuk memanfaatkan peluang pemasaran yang muncul.

c. Sistem pemasaran dengan saluran ganda

Pada sistem ini beberapa gaya pengeceran dengan pengaturan fungsi distribusi dan manajemen digabungkan, kemudian dari belakang dipimpin secara sentral.

B. *Multi Level Marketing*

1. Pengertian *Multi Level Marketing*

Multi Level Marketing menurut akar kata adalah singkatan dari "Multi Level Marketing. Multi berarti banyak dan level berarti jenjang atau tingkat. Sedangkan Marketing artinya pemasaran. Jadi multi level marketing adalah pemasaran yang berjenjang banyak. Dalam pengertian "marketing", sebenarnya tercakup menjual. Selain menjual, dalam marketing banyak aspek yang berkaitan antara lain produk, harga, promosi, distribusi, dan sebagainya. Pengemasan suatu produk, juga termasuk "marketing".Jadi "marketing" lebih

luas dari penjual.Menjual merupakan bagian dari "marketing".Karena menjual hanyalah kegiatan transaksi penukaran produk dengan uang.[13]

Multi Level Marketing (MLM) atau dalam bahasa Indonesia disebut dengan pemasaran berjenjang suatu metode bisnis alternative yang berhubungan dengan pemasaran dan disrtibusi yang dilakukan melalui banyak *Level* (tingkatan), yang biasa dikenal dengan istilah *Upline* (tingkat atas) dan *Downline* (tingkat bawah), orang akan disebut *Upline* jika mempunyai *Downline.* inti dari bisnis MLM ini digerakkan dengan jaringan ini, baik yang bersifat vertical atas bawah maupun horizontal kiri kanan ataupun gabungan antara kedunya.[14]

Multi Level Marketing juga disebut dengan "*Network Marketing"* karena sistem pemasarannya menggunakan jaringan kerja.Terkadang ada juga yang menyebut *Multi Level Marketing* adalah bisnis penjualan langsung (*Dirrect Selling).*Pendapat ini benar karena pelaksanaan penjualan *Multi Level Marketing* memang dilakukan secara langsung oleh wiraniaga (sales) kepada konsumen tidak melaui perantara, tidak melalui swalayan, kedai atau warung, tetapi lansung kepada pembeli.[15]

---

[13]Tarmizi Yususf, *Strategi MLM Secara Cerdas dan Halal,* (Jakarta:PT. Elex Media Komputido,2000), hal. 3.

[14] Benny Santoso, *All About MLM: Memahami Lebih jauh MLM dan Pernak Peniknya,* (Jakarta: Andy Publisher, 2006), hal. 28

[15]Tarmizi Yusuf, *Strategi MLM Secara Cerdas Dan Halal* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo,2000), hal.4.

Di indonesia saat ini, penjualan langsung atau "*direct selling*" baik yang "*single level*" maupun "*multi level*" bergabung dalam asosiasi, yaitu Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia atau disingkat APLI. Organisasi ini merupakan anggota KADIN, bagian dari WFDSA *(World Federation Direct Selling Association).*Dengan bergabung dengan APLI,[16] maka kinerja perusahaan MLM akan terus termonitor agar selalu berjalan sesuai dengan kode etik yang telah disepakati bersama.

2. Konsep Dasar *Multi Level Marketing* (MLM)

Mekanisme operasional pada MLM yaitu seorang distributor mengajak orang lain untuk ikut juga sebagai distributor. Kemudian, orang lain itu dapat mengajak orang lain untuk ikut bergabung. Begitu seterusnya, semua yang diajak dan ikut merupakan kelomopok distributor yang bebas mengajak orang lainlagu sampai level tanpa batas, sehingga biaya distribusi dari barang yang dijual atau dipasarkan tersebut sangat minim atau bahkan samoai ke titik nol yang artinya bahwa dalam bisnis MLM ini tidak diperlukan biaya produksi. MLM juga menghilangkan biaya promosi dutangani langsung oleh distributor yang bebas mengajak orang lain lagi sampai level yang tanpa batas. Inilah salah satu perbedaan MLM dengan pendistribusian secara konvensional yang bersifat "*single level*".

[16]*Ibid.hal, 4.*

Pada pendistribusian secara konvensional, seorang agen mengajak beberapa orang bergabing kedalam kelompoknya menjadi penjual atau sales atau disebut juga dengan wiraniaga.Pada sistem *single level* para wiraniaga tersebur meskipun mengajak temannya, hanya sekedar pemberi referensi yang secara organisasi tidak dibawah koordinasinya melainkan terlepas.mereka berada sejajar sama-sama sebagai distributor.Dalam MLM terdapat unsur jasa. Hal ini dapat dilihat dengan adanya seorang distributor yang menjualkan barang yang bukan miliknya dan ia mendapatkan upah dari presentase harga barang. Selain itu jika ia dapat menjual barang tersebut sesuai dengan target yang telah ditetapkan, maka ia mendapatkan bonus yang ditetapkan perusahaan.

a. Sistem Kerja *Multi Level Marketing* (MLM) secara Umum

Banyaknya perusahaan memasarkan produksinya menggunakan sistem MLM karena sudah terbukti bahwa penerapan sistem MLM dapat melonjakkan omzet suatu perusahaan. Sebagaimana bisnis-bisnis yang telah ada, MLM tidak akan menghasilkan hasil yang maksimal jika dikerjakan dengan professional. Untuk itu, dalam menjalankan MLM harus denga profesionalitas dan ketekunan. Bagi orang berkecimpung dalam bisnis MLM ini, maka ada 4 tugas pokok yamg harus dilakukan, yaitu:

1) ***Menjual.*** Dalam MLM menjual bukan hanya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan langsung, akan tetapi menyebarkan informasi tentang produk. Dengan menjual produk, maka semakin banyak orang yang mengenal produk. Orang yng sudah mengenal produk tersebut, pada akhirnya akan diajak untuk bergabung menjalankan bisnis ini, jadi , menjual dalam MLM mempunyai fungsi ganda, yaitu selain mendapatkan keuntungan langsung juga sebagai sarana pensponsoran (mengajak orang untuk ikut bergabung).
2) ***Mengajak dan Mengajarkan.*** Dalam MLM penjualan 1000 unit lebih baik dilakukan oleh seratus orang daripada 10 orang. Untuk itu, distributor mengajak orang sebanyak-banyaknya untuk menjual produk. Semakin banyak anggota maka akan semakin baik. Mengajak dalam MLM biasa disebut dengan mensponsori. Setelah mengajak, maka kewajiban selanjutnya adalah mengajarkan bagaimana menjalankan bisnis MLM mini mulai dari pengenalan produk, teknik mendemokan produk kepada calon distributor.
3) ***Membangun Organisasi.*** tahapan ketiga adalah membangun organisasi yang sesuai dengan rencana bisnis MLM yaitu dibangun secara mendalam dan melebar. Mendalam berarti membangun organisasi maka akan semakin kuat bersirinya. Sedangkan melebar artinya supaya jangkauannya semakin jauh.
4) ***Membina dan Memotivasi.***Pembinaan dalam MLM dapat diaplikasikan dengan tiga cara, yaitu memberi perhatian, menjaga hubungan, dan memberi apresiasi (reward). Semuanya ini biasa dilakukan dengan mengadakan

pertemuan baik secara kevil-kecilan yang berupa rapat, diskusi yang beryujuan untuk memecahkan masalah dan membuat rencana baru.

Setelah mengetahui tugas pokok dalam menjalankan bisnis MLM ini, maka jika ingin bergabung dalam bisnis ini, ada beberapa cirri yang patut diketahui oleh orang yan ingin masuk dalam jaringan ini, antara lain:

1) Adanya uang pendaftaran yang tidak mahal. Uang pendaftaran hanya sebagai pengganti biaya formulir, kartu identitas, brosur dan sebagainya.
2) Adanya pelatihan yang teratur, baik dilakukan oleh kelompok maupun dibawah koordinasi perusahaan.
3) Perusahaan dan alamatnya jelas
4) *"Business Plan"* atau perencanaan bisnisnya yang mengatur cara kerja, perhitungan komisi dan persyaratan kenaikan posisi jelas. Transparan dan dapat diketahui oleh semua distributor.
5) Adanya produk yang dijual dan merupakan produk yang berkualitas.
6) Harga produk wajar maksudnya sesuai dengan kwalitasnya

b. Komisi dan Bonus *Multi Level Marketing* (MLM) secara Umum

Dalam menjalankan bisnis MLM, orang akan tertarik akan komisi dan bonus yang akan diterimanya. Untuk memudahkan pemahaman kita, Komisi adalah imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra usaha atas penjualan yang besaran maupun bentuknya diperhitungkan berdasarkan prestasi kerja nyata, yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil

penjualan barang atau produk jasa sedangkan bonus adalah tambahan imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra usaha atas penjualan, karena berhasul melampaui target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan perusahaan.

Pada prinsinya komisi pada setiap perusahaan adalah sama yaitu sebagai penghargaan prestasi bagi distributornya dan merangsang untuk lebih giat lagi. Untuk jenis-jenis komisi pada umunya dibagi menjadi lima bagian, yaitu:

1) Diskon, yaitu komisi yang dihitung dari pembelian sebuah produk.
2) Komisi pengembangan kelompok, yaitu komisi bagian yang mengajak anggota lain untuk ikut bergabung.
3) Komisi pembinaan terhadap anggota kelompoknya.
4) Royalti yaitu komisi yang diperoleh sesorang karena telah berjasa mengenalkan bisnis ini.
5) Komisi-komisi lain sesuai dengan kebutuhan dari masing-masing perusahaan MLM.

c. Status Anggota

Dalam MLM terdapat klasifikasi-klasifikasi yang mengatur mengenahi status keanggotaan. Secara garis besar ada beberapa cacatan mengenahi status keanggotaan MLM sebagaimana berikut:

1) *Up line* adalah status sesorang distributor yang terlebih dahulu masuk dalam MLM. Sedangkan *down line* adalah orang diseponsori oleh *up line* masuk dalam bisnis MLM.
2) Status sesorang yang misalnya dalam posisi *gold* tidak biasa turun lagi dalam posisi distributor lagi. Jadi, MLM menerapkan kebijakan "bias naik, tidak bisa turun".
3) Perubahan status anggota tergantung dari akumulasi target penjualan tertentu dan prestasi pada *down line*nya.

3. Tinjuan Hukum Islam dalam *Multi Level Marketing*

Dari aspek hukum terdapat perbedaan pendapat mengenai halal atau tidaknya MLM ini.Padahal, tawaran untuk bergabung dengan bisnis ini semakin gencar saja. Setidaknya, ada tiga pendapat menurut para ulama mengenai bisnis MLM ini:

1. Pendapat yang mengharamkan, menganggap MLM ini tidak sesuai dengan syariat Islam. Karena anggota MLM menjual produk yang bukan miliknya, melainkan milik perusahaan suplier atau perusahaan produk. Up line menjual kepada down line dan seterusnya, padahal barangnya sendiri tidak mereka miliki dan tidak mereka beli. Selain pendapat itu, pada sistem MLM terdapat

dua akad, yaitu akad jual beli sekaligus akad makelar atau perekrutan *(simsarah)*. Dalam hadist disebutkan: *"Tidak halal menjual sesuatu dengan syarat memberikan hutangan, dua syarat dalam satu transaksi, keuntungan menjual sesuatu yang belum engkau jamin, serta menjual sesuatu yang bukan milikmu."* (HR. Abu Daud)

2. Pendapat kedua, MLM halal apabila tidak bertentangan dengan syariah. Ada dua point besar yang perlu diperhatikan, yaitu produknya dan sistemnya. Mengenai anggapan kedua ini, akan dibahas lebih dalam pada pembahasan selanjutnya.

3. Pendapat ketiga antara halal dan haram *(syubhat)*, karena melihat perbedaan pendapat dan terlebih melihat dampak negatif yang terjadi pada beberapa kasus. MLM dapat memberikan obsesi yang berlebihan terhadap harta dan seringkali membuat membernya lupa daratan.

Bisnis dalam syari'ah Islam pada dasarnya termasuk kategori muamalat yang hukum asalnya adalah boleh berdasarkan kaidah Fiqh *" Al-Ashlu fil muamalah al-ibahah hatta yadullad dalilu 'ala tahrimiha"* pada dasarnya segala hukum dalam *muamalah* adalah boleh, kecuali ada dalil yang melarangnya).

Islam memahami bahwa perkembangan budaya bisnis berjalan begitu cepat dan dinamis.Berdasarkan kaedah fikih di atas, maka terlihat bahwa

Islam memberikan jalan bagi manusia untuk melakukan berbagai improvisasi dan inovasi melalui sistem, teknik dan mediasi dalam melakukan perdagangan.

Namun, Islam mempunyai prinsip-prinsip tentang pengembangan sistem bisnis yaitu harus terbebas dari unsur bahaya *(dharar)*, ketidakjelasan *(jahalah)* dan merugikan salah satu pihak *(zhulm)*.Sistem pemberian bonus harus adil, tidak menzalimi dan tidak hanya menguntungkan orang yang di atas saja.

Dalam kajian fiqh kontemporer bisnis MLM ini dapat ditinjau dari dua aspek, yaitu produk barang atau jasa yang dijual dan cara atau sistem penjualannya *(selling marketing)*. MLM yang menggunakan strategi pemasaran secara bertingkat *(levelisasi)* mengandung unsur-unsur positif, asalkan diisi dengan nilai-nilai Islam dan sistemnya disesuaikan dengan syari'ah Islam.Bila demikian, MLM dipandang memiliki unsur-unsur silaturrahmi, dakwah dan tarbiyah.

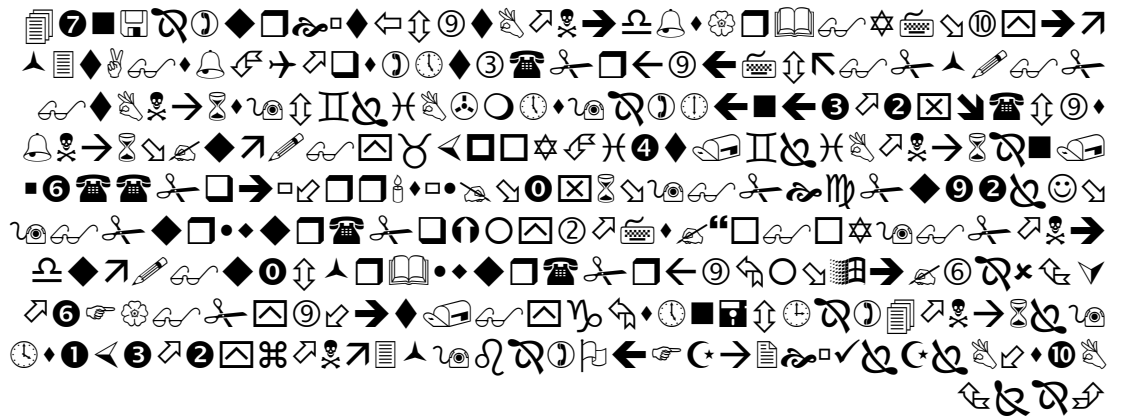
Menurut Muhammad Hidayat, Dewan Syari'ah MUI Pusat, metode semacam ini pernah digunakan Rasulullah dalam melakukan dakwah Islamiyah pada awal-awal Islam.Dakwah Islam pada saat itu dilakukan melalui teori *gethok tular* (mulut ke mulut) dari sahabat satu ke sahabat lainnya.Sehingga pada suatu ketika Islam dapat di terima oleh masyarakat kebanyakan.

Mengenai produk atau barang yang dijual apakah halal atau haram tergantung kandungannya, apakah terdapat sesuatu yang diharamkan Allah seperti unsur babi, khamr, bangkai atau darah.Begitu pula dengan jasa yang dijual apakah mengandung unsur kemaksiatan seperti praktik perzinaan, perjudian atau perdagangan anak dsb, dan ini semua bisa kita rujuk pada serifikasi Halal dari LPPOM MUI.

Kegiatan *samsarah* dalam bentuk distributor, agen, member atau mitra niaga dalam fikih Islam termasuk dalam akad ijarah. Yaitu suatu transaksi memanfaatkan jasa orang lain dengan imbalan, insentif atau bonus *(ujrah)*. Pada dasarnya para ulama seperti Ibnu Abbas, Imam Bukhari, Ibnu Sirin, Atha dan Ibrahim memandang boleh jasa ini. Namun untuk sahnya pekerjaan ini harus memenuhi beberapa syarat, sebagai berikut:

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 syubhat (tidak jelas halal dan haramnya).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 menghanguskan atau menghilangkannya. Pola ini sejalan dengan firman Allah:



Artinya: Dan (kami telah mengutus) kepada penduduk Mad-yan[552] saudara mereka, Syu'aib. ia berkata: "Hai kaumku, sembahlah Allah, sekali-kali tidak ada Tuhan bagimu selain-Nya. Sesungguhnya telah datang kepadamu bukti yang nyata dari Tuhanmu.Maka sempurnakanlah takaran dan timbangan dan janganlah kamu kurangkan bagi manusia barang-barang takaran dan timbangannya, dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi sesudah Tuhan memperbaikinya.yang demikian itu lebih baik bagimu jika betul-betul kamu orang-orang yang beriman". (Al-A’raf: 85)

Dan hadis Rasulullah Saw. “*Berilah para pekerja itu upahnya sebelum kering keringatnya*.” (H.R. Ibnu Majah). Jumlah upah atau imbalan jasa yang harus diberikan kepada makelar atau distributor adalah menurut perjanjian sesuai Al-Qur’an



Artinya:

“*Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu”* (QS. Al Ma’idah[5]

Karena bisnis MLM merupakan bagian dari perdagangan, oleh sebab itu bisnis ini juga harus memenuhi syarat dan rukun sahnya sebuah perikatan.

B. Konsep Dasar Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika

Etika berasal dari bahasa yunani, yaitu *ethos*¸ yang berarti kebiasaan /adat, akhlak, watak, perasaan, sikap, dan cara berfikir. Etika merupakan suatu ilmu yang membicarakan masalah perbuatan atau tingkah laki manusia, mana yang dapat dinilai baik dan mana yang jahat.[17]

Di dalam kamus istilah dan umum dikatakan bahwa etika adalah bagian dari filsafat yang mengajarkan keluhuran budi (baik atau buruk)[18].Dalam Islam etika sering disebut sebagai akhlak.Akhlak berasal dari kata *Al-khuluk* (kebiasaan, perangai, tabi'at dan agama), tingkah laku yanga ada atau lahir dari manusia dengan sengaja, tidak dibuat-buat dan sudah menjadi kebiasaan.

Akhlak merupakan kehendak jiwa manusia yang menimbulkan perbuatan dengan mudah karena kebiasaan, tanpa memerlukan pertimbangan pikiran terlebih dahulu.Akhlak adalah kemampuan jiwa untuk melahirkan suatu perbuatan secara spontan, tanpa pemikiran atau pemaksaan.Sering pula

[17] Burhanudin Salam, *Etika Individual Pola Dasar Filsafat Moral,* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2000), hal. 3.
[18] Asmara As, *Pengantar studi Akhlak*,(Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada,2002), hal.6

yang dimaksud akhlak adalah semua perbuatan yang lahir atas dorongan jiwa berupa perbuatan baik dan buruk.[19]

Ajaran etika yang berpedoman bahwa bahwa kebaikan dari suatu perbuatan dapat dilihat dari sumbangannya untuk kebahagian hidup manusia.Menilai baik buruknya suatu perbuatan berdasarkan besar kecilnya manfaat bagi kehidupan manusia. Jelaslah etika Islam adalah doktrin etis yang berdasarkan ajaran-ajaran agama Islam yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Sunnah Nabi Muhammad saw, di dalamnya terdapat nilai-nilai luhur dan sifat-sifat terpuji (mahmudah).[20]

Sedangkan etika bisnis adala cara-cara untuk melakukan kegiatan bisnis, yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan, industry dan juga masyarakat.Kesemanya ini mencakup bagaimana kita menjalankan bisnis secara adil, sesuai dengan hukum yang berlaku dan tidak tergantung pada kedudukan individu ataupun perusahaan di masyarakat.[21]

Jadi, etika bisnis islam adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benear, salah, halal, haram, dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsi-

1 [19] Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*,(Semarang:Walisongo Press,2009), hal.18.
[20] Sudarsono, *Etika Islam Tentang Kenakalan Remaja ke-3*, (Jakarta: PT. Rineke Cipta, 1993),.hal.40.
[21]Kustoro Budiarto, *Pengantar Bisnis,* (Jakarta:Mitra Wacana Media, 2009), hal.38-39.

prinsip moralitas yang sesuai dengan syariah yang berdasarkan Al-Qur'an dan Sunnah.

2. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

Ada 5 prinsip mendasar dalam ketentuan umum etika bisnis dalam islam sebagai berikut:

1. Kesatuan (Tauhid/*Unity*)

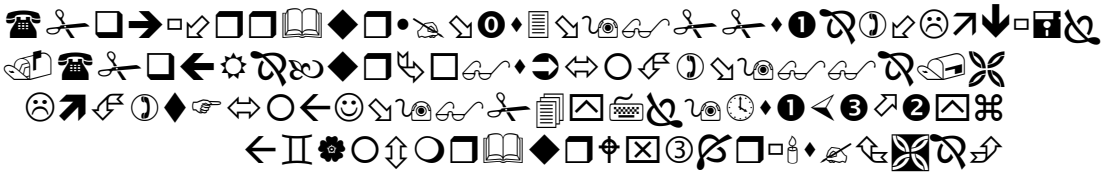
   Dalam hal ini adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep rauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, social menjadi keseluruhan yang homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh.

   Dari konsep ini maka islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan social demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula maka etika dan bisnis menjadi terpadu,vertical maupun horizontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem islam.

2. Keseimbangan (*Equlibrium*/Adil)

   Islam mengharuskan untuk berbuat adil dalam berbisnis, dan melarang atau berlaku dzalim.Rasulallah diutus Allah untuk membangun keadilan.Adapun konsep keadilan dalam bisnis adalah mengharuskan setiap orang mendapatkan haknya dan tidak mengambil hak atau bagian orang lain.

Dalam Al-Qur’an memerintahkan kepada kaum muslimin untuk menimbang dan mengukur dengan cara yang benar dan jangan sampai melakukan kecurangan dalam bentuk pengurangan takaran dan timbangan yang sesuai. Sebagai mana firman Allah SWT dalam surat Al-Israa’ ayat 35 yang berbunyi sebagai berikut:



Artinya: *“Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dantimbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya”. (QS. Al-Israa’:35).*[22]

Berbuat curang dalam dalam berbisnis sangat dibenci Allah SWT bahkan curang dalam berbisnis justru pertanda kehancuran terhadap bisnis itu sendiri.Islam mengarahkan dan mengajarkan manusia untuk hidup secara seimbang dan adil.Baik terhadap diri sendiri atau individu, maupun dengan sesame (sosial).Dalam ayat Al-Quran Allah SWT memerintahkan manusia untuk berbuat adil.[23]

3. Kehendak Bebas (*Free Will*)

[22]Al-Hikmah, Al-Qur’an dan terjemah, (Bandung: CV Dipenegoro,2007).hal. 285.
[23]Adiwarman A. Kariem, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2007), hal. 18.

Kecenderungan manusisa untuk terus menerus memenuhi kenbutuhan pribadinyayang tidak terbatas dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakatnya melalui zakat, infak, dan sedekah.Demikian juga kemerdekaan manusia, karena Islam sangat memberikan kelonggaran dalam berkreasi, melakukan transaksi atai melaksanakan kegiatan bisnis dan investasi.Kebebasan individu dalam meaksanakan semua kegiatannya adalah hal yang mutlak selama itu tidak melanngar aturan dalam Islam. Bagi para pelaku bisnis, kebebasan dalam menciptakan mekanisme pasar memang diharuskan dalam Islam dengan syarat sebagai berikut:[24]

a. Tidak ada distorsi yaitu pemzaliman.
b. Tidak ada MAGHRIB (*maisir, gharar, dan riba*)

4. Tanggung jawab (*Responsibility*)

Tanggung jawab bisnis ditampilkan dalam transparansi, egiliter (sesorang yang percaya bahwa semua orang sederajat), kejujuran, pelayanan yang optimal dan berbuat terbaik dalam segala usaha.[25]

Dalam bidang ekonomi dan bisnis, aksioma ini dijabarkan menjadi suatu pola perilaku tertentu.Karena manusia telah menyerahkan suatu tanggung jawab yang tegas untuk memperbaiki kualitas lingkungan ekonomi dan sosial, maka perilaku konsumsi sesorang tidak sepenuhnya bergantung

[24]Adiwarman A. Kariem, *Ekonomi Mikro Islam*,…….,hal 23.

[25] Didin Hafidhudin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam* praktek *(*Jakarta; Insani Press,2003), hal.75.

kepada penghasilannya sendiri.Ia juga harus menyadari tingkat penghasilan dan konsumsi berbagai anggota masyarakat yang lain. Konsep tanggung jawab dalam islam mempunyai sifat berlapis ganda dan terfokus baik pada tingkat mikro (individual) maupun tingkat makro (organisasi dan sosial) yang kedua-duanya harus dilakukan secara bersama.

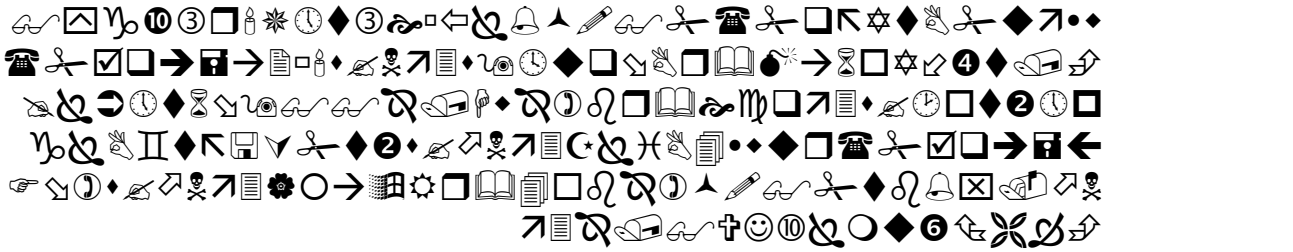
5. Kebenaran : kebajikan dan kejujuran

Kebajikan adalah sikap ihsan (*beneviolence*) yang merupakan tindakan yang memberi keuntungan bagi orang lain. Mengajarkan kita untuk melakukan yang dapat mendatangkan manfaat kepada orang lain, tanpa harus ada aturan yang mewajibkan atau memerintahkannya untuk melakukan perbuatan itu. Atau dalam istilah lainnya adalah beribadah maupun berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak seperti itu, maka yakinlah bahwa Allah meihat apa yang kita kerjakan. Islam dalam hal ini sangat mengajurkan umatnya untuk memiliki sifat semacam itu.[26]

Kejujuran adalah sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan sedikitpun. Dengan demikian kebenaran, kebajikan dan kejujuran dalam semua proses bisnis akan dilakukan pula secara transparan dan tidak ada rekayasa. Al-Qur'an menegaskan agar dalam bisnis tidak dilakukan dengan cara-cara yang mengandung kebatilan,

[26]Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam,……,hal. 88.*

kerusakan, dan kezaliman, sebaliknya hanya dilakukan dengan kesadaran dan sukarela. Sebagaimana Firman Allah SWT dalam surat An-Nisaa' ayat 29 yang berbunyi:



Artinya*: "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[saudaramu]; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*(QS. An-Nisaa' :29)[27]

Dengan adanya prinsip-prinsip diatas, ketahuidan (Kesatuan), keseimbangan (*Equilibrium/*Adil), kebenaran (kebajukan dan kejujuran), serta prinsip ihsan (*benevolence*), memperlihatkan adanya suatu bangunan bisnis yang ideal bila ditopang menggunakan prinsip-prinsip tersebut yang bersumberkan Al-Qur'an dan Sunnah, dan yang mempunyai tujuan dunia dan akhirat.

1. Landasan Syariah Tentang Etika Bisnis dalam Islam

Dalam dunia perekonomian yang kian maju dan situasi persaingan yang cukup ketat, perusahaan berlomba-lomba melakukan peningkatan

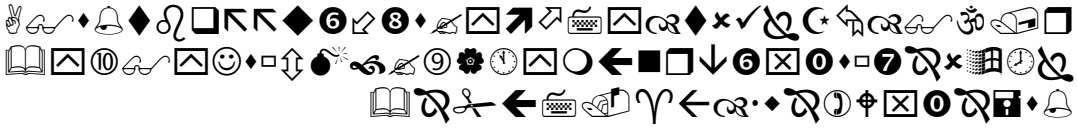
[27]Al-Hikmah, Al-Qur'an dan terjemah, (Bandung: CV Dipenegoro,2007).hal.83.

terhadap usahanya. Salah satu yang dilakukan perusahaan dalam meningkatkan usahanya tersebut dengan melakukan kegiatan pemasaran

Menurut prinsip syariah, kegiatan pemasaran harus dilandasi semangat beribadah kepada Tuhan Sang Maha Pencipta, berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri.Islam agama yang sangat luar biasa.Islam agama yang lengkap, yang berarti menguasai semua hal dalam hidup manusia.Islam agama yang mampu menyeimbangkan dunia dan akhirat. Ajaran islam lengkap karena islam agama terakhir sehingga harus memecahkan berbagai masalah besar manusia.

Islam menghalalkan umatnya berniaga. Bahkan Rasulallah *Shallallahu ‘alaihi wa sallam*seorang saudagar sangat terpandang pada zamannya. Sejak muda beliau dikenal sebagai pedagang jujur.“Sepanjang perjalanan sejarah.

Adapun ayat yang menjelaskan tentang strategi dalam islam adalah Surat Yusuf Ayat 47-49. Konteks ayat tersebut menceritakan bagaimana Nabi Yusuf A.S. menyusun perencanaan strategis sektor pertanian untuk menjamin ketahanan pangan pada kondisi yang telah di prediksi akan mengalami kekurangan sumber makanan pokok akibat musim kemarau berkepanjangan.







Artinya:”*Yusuf berkata: "Supaya kamu bertanam tujuh tahun (lamanya) sebagaimana biasa; Maka apa yang kamu tuai hendaklah kamu biarkan dibulirnya kecuali sedikit untuk kamu makan.kemudian sesudah itu akan datang tujuh tahun yang Amat sulit, yang menghabiskan apa yang kamu simpan untuk menghadapinya (tahun sulit), kecuali sedikit dari (bibit gandum) yang kamu simpan.kemudian setelah itu akan datang tahun yang padanya manusia diberi hujan (dengan cukup) dan dimasa itu mereka memeras anggur”*.(QS.Yusuf.47-49).[28]

Rasulallah *Shalallallahu ‘alaihi wa sallam* telah mengajarkan pada umatnya untuk melarang dengan menjunjung tinggi etika keIslaman. Dalam beraktivitas ekonomi, umat islam dilarang melakukan tindakan *bhatil.* Namun harus melakukan kegiatan ekonomi yang dilakukan saling ridho, Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat Al-Ahzab ayat 21:



Artinya*:”Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan*

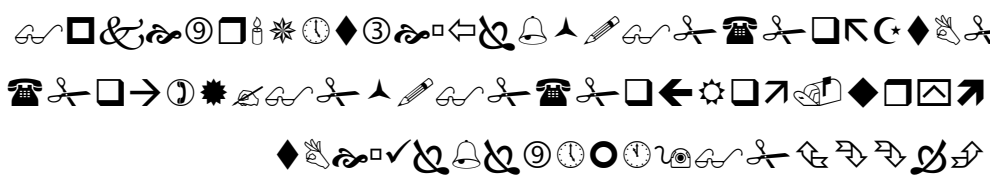
[28]Al-Hikmah, Al-Qur’an dan terjemah, (Bandung: CV Dipenegoro,2007).hal.241.

(kedatangan) hari kiamat dan Dia banyak menyebut Allah."(QS. Al-Ahzab 21)[29]

Ada Sembilan Etika (akhlak) pemasar yang menjadi prinsip-prinsip bagi syariah pemasar dalam menjalankan fungis-fungsi pemasaran yaitu:[30]

a. Memiliki kepribadian spiritual (*Taqwa*)

Seorang pedagang dalam menjalankan bisnisnya harus di landasi sikap takwa dengan selalu mengingat Allah, bahkan dalam suasana mereka sedang sibuk dalam aktifitas mereka dalam melayani pembelinya,ia hendaknya sadar penuh dalam responsive terhadap prioritas-prioritas yang telah ditentukan oleh sang maha pencipta. Kesadaran akan Allah hendaknya menjadi sebuah kekuatan pemicu (*driving force*) dalam segala tindakan. Sesuai dengan Al-Qur"an suratat-Taubah ayat 119.



Artinya: "Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar.(Q.S At-taubah : 119)"[31]

b. Berprilaku baik dan simpatik (*Shidiq*)

Berprilaku baik, sopan dan santun dalam pergaulan adalah fondasi dasar dan inti dari kebaikan tingkah laku.Sifat ini sangat dihargai dengan nilai

[29]Al-Hikmah, Al-Qur'an dan terjemah, (Bandung: CV Dipenegoro,2007).hal.421.
[30]Gitosudarmo Indriyo, *Pengantar Bisnis* (Yogyakarta:BPFE,2003),hal.123.
[31]Al-Hikmah, Al-Qur'an dan terjemah, (Bandung: CV Dipenegoro,2007).hal.301.

yang sangat tinggi dan mencakup semua sisi manusia.Alquran juga mengharuskan pengikutnya untuk berlaku sopan disetiap hal, bahkan dalam meakukan transaksi bisnis dengan orang-orang yang bodoh.Tetap harus bicara dengan ucapan dan ungkapan yang baik.

c. Berprilaku adil dalam bisnis (*Al-Adl*)

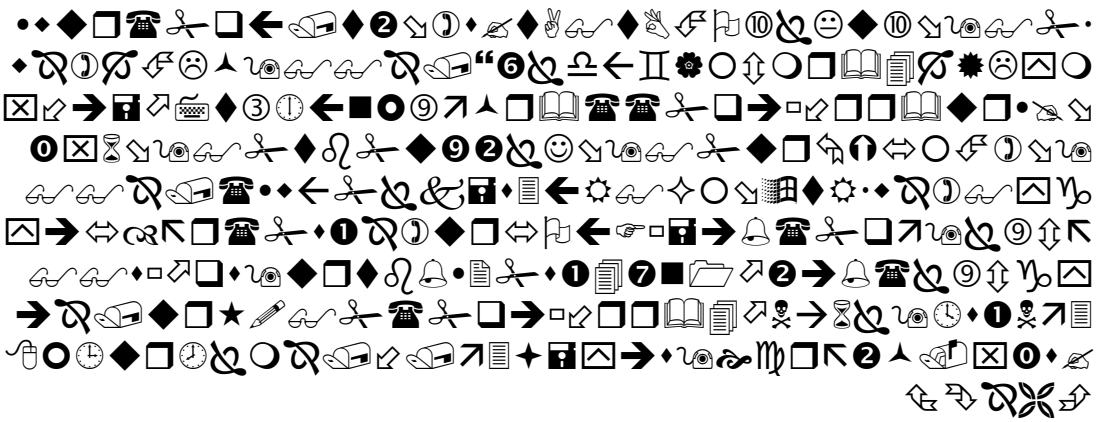
Islam mendukung prinsip keadilan, Secara umum Islam mendukung semua prinsip dalam pendekatan keadilan terhadap etika, namun dalam proporsi yang seimbang.Islam tidak mendukung prinsip keadilan buta.Kebutuhan semata-mata tidak memerlukan keadilan. Karena seorang muslim yang tengah berusaha untuk keluar dari situasi yang menindas lebih membutuhkan bantuan dibanding dengan orang yang sekedar menuntut hak sebagai kekayaan dari orang-orang kaya.[32]

Berbisnislah secara adil, demikian kata Allah.Sebagaimana firmanya, "Berusahalah secara adil dan kamu tidak boleh bertindak tidak adil".Allah mencintai orang orang berbuat adil dan membenci orang-orang yang berbuat zalim, Islam telah mengharamkan setiap hubungan bisnis yang mengandung kezaliman dan kewajibkan terpenuhinya keadilan yang teraplikasi dalam hubungan dagang dan kontrak bisnis.

Di samping itu sikap berbisnis tidak membeda-bedakan, adil dihadapan memperlakukan semua konsumen dengan sama. dengan sikap merasakan keadilan. Tidak boleh ada satu pihak pun yang haknya terzalimi,

[32]Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2004) .hal.26

terutama bagi tiga stakeholder utama yaitu pemegang saham, pelanggan dan karyawan.Hal ini sesuai dengan Al-Qur`an Surat al An'am ayat: 152



Artinya: "Dan janganlah kamu dekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, hingga sampai ia dewasa. dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak memikulkan beban kepada sesorang melainkan sekedar kesanggupannya.dan apabila kamu berkata, Maka hendaklah kamu Berlaku adil, Kendatipun ia adalah kerabatmu.(Q.S Al-an'am : 152)."[33]

d. Bersikap melayani dan rendah hati (*Khidmah*)

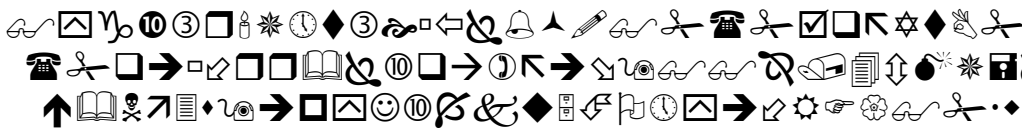
Sikap melayani merupakan sikap utama seorang pemasar.Tanpa sikap melayani, yang melekat dalam kepribadiannya.Melekat dalam sikap ini adalah sikap sopan, santun, dan rendah hati.Orang yang beriman diperintahkan untuk bermurah hati, sopan, dan bersahabat saat berelasi dengan mitra bisnisnya. Suatu bisnis akan senantiasa berkembang dan sukses manakala ditunjang dengan adannya pelayanan terbaik. Misalnya dengan keramahan, senyuman kepada para konsumen akan semakin baik bisnisnya.[34]

e. Menepati janji dan tidak curang

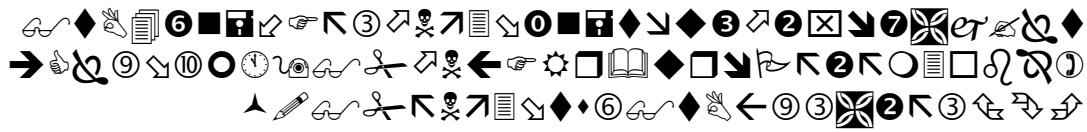
[33]Al-Hikmah, Al-Qur'an dan terjemah, (Bandung: CV Dipenegoro,2007).hal.214.
[34] Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Walisongo Press, 2009) h. 107.

Janji adalah ikrar dan kesanggupan yang telah dinyatakan kepada seseorang.Ketika membuat suatu perjanjian tentunya didasari dengan rasa saling percaya serta tanggung jawab yang besar untuk melaksanakan janji tersebut.Ketepatan janji dapat dilihat dari segi ketepatan waktu penyerahan barang, ketepatan waktu pembayaran serta melaksanakan sesuatu sesuai dengan kontrak yang disepakati.

Sikap pebisnis yang selalu menepati janji baik kepada para pembeli maupun diantara sesama pedagang lainnya, janji yang dimaksudkan dalam hal ini adalah janji dimana seorang pedagang terhadap pembelinya dalam melakukan transaksi ketika menjanjikan barang yang di jual itu barang yang baik, Semisal seorang pedagang menjadi seorang produsen, ataupun distributor harus senantiasa menepati janjinya dalam mengirimkan barang kepada para konsumen atau pembeli misalnya tepat waktu pengiriman, menyerahkan barang yang kualitasnya, kuantitas, warna, ukuran, atau spesifikasinya sesuai dengan perjanjian semula, memberi garansi dan lain sebagainya. Sedangkan janji yang harus ditepati kepada sesama para rekan pedagang misalnya, pembayaran dengan jumlah dan waktu tepat dan lain sebagainya.[35]Hal ini sesuai dengan Al Qur'an surat al-Maidah Ayat : 1



[35] Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami,* (Semarang: Walisongo Press, 2009) h. 159.



Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya.(Q.SAl-maidah:1)”[36]

f. Tidak melakukan sogok (*Riswah*)

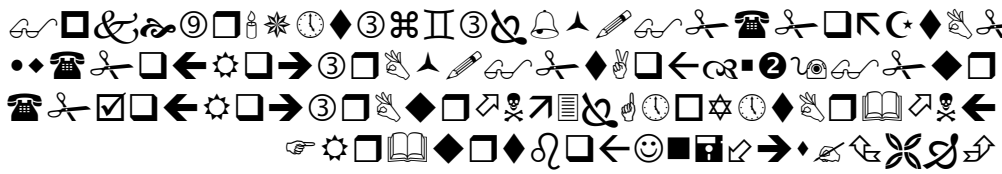
Dalam syariah, menyuap *(Riswah)* hukumnya haram, dan menyuap termasuk kedalam kategori memakan harta orang lain dengan cara bathil. Islam tidak saja mengharamkan penyuapan melainkan juga mengancam kedua belah pihak yang terlibat dengan neraka diakhirat.Suap adalah dosa besar dan kejahatan kriminal didalam suatu Negara. Oleh karena itu mendapat kekayaan dengan cara penyuapan jelas haram.

g. Jujur dan terpercaya (Al-Amanah)

Kejujuran merupakan sikap yang dianggap mudah untuk dilaksanakan bagi orang awam manakala tidak dihadapkan pada ujian berat atau dihadapkan pada godaan duniawi. Dengan sikap kejujuran seorang pedagang akan dipercaya oleh para pembelinya akan tetapi bila pedagang tidak jujur maka pembeli tidak akan memebeli barang dagangannya. Tak diragukan bahwasannya ketidak jujuran adalah sikap bentuk kecurangan yang paling jelek. Orang tidak jujur akan selalu berusaha melakukan penipuan pada orang

[36]Al-Hikmah, Al-Qur’an dan terjemah, (Bandung: CV Dipenegoro,2007).hal.156.

lain, Al-Qur‟an dengan tegasmelarang ketidak jujuran sebagaimana firmanya dalam surat al-Anfal ayat 27.



Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui.(Q.S Al-anfal : 27)[37]

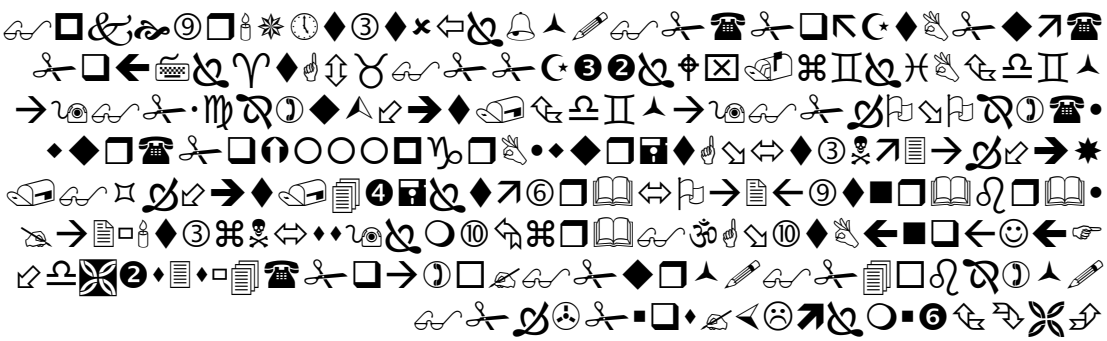
h. Tidak suka menjelek-jelekan (Ghibah)

Ghibah adalah keinginan untuk menghancurkan orang, menodai harga diri, kemuliaan dan kehormatan orang lain, sedangkan mereka itu tidak ada dihadapannya. Ini merupakan kelicikan, sebab hal ini sama saja dengan menusuk dari belakang. Sikap semacam ini merupakan salah satu bentuk penghancuran karakter, sebab pengumpatan dengan model seperti ini berarti melawan orang lain yang tidak berdaya. Biasanya seorang pemasar senang apabila telah mengetahui kelemahan, kejelekan dan kekurangan lawan bisnisnya.Dan biasanya kelemahan dan kejelekan ini senjata untuk memenangkan pertarungan dipasar dengan jalan menjelek-jelekan atau menfitnah lawan bisnisnya.

i. Tidak suka berburuk sangka*(Su’udz zhan)*

[37]Al-Hikmah, Al-Qur’an dan terjemah, (Bandung: CV Dipenegoro,2007).hal.264.

Saling menghormati satu sama lain adalah ajaran Nabi Muhammad SAW yang harus di Implementasikan dalam perilaku bisnis modern. Tidak boleh satu pengusaha menjelekkan pengusaha lain hanya untuk persaingan bisnis. Amat Naif jika perbuatan seperti itu terjadi dalam praktek bisnis yang dilakukan oleh seorang muslim. Allah SWT berfirman dalam Al-Quran surah Al-hujarat ayat 12:



Artinya:"Hai orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan purba-sangka (kecurigaan), karena sebagian dari purba-sangka itu dosa. dan janganlah mencari-cari keburukan orang dan janganlah menggunjingkan satu sama lain. Adakah seorang diantara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati?Maka tentulah kamu merasa jijik kepadanya.dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Penerima taubat lagi Maha Penyayang.(Q.S Al-hujarat : 12)[38]

[38]Al-Hikmah, Al-Qur'an dan terjemah, (Bandung: CV Dipenegoro,2007).hal 87

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini bersifat *field research* (penelitian lapangan) atau penelitian yang bersifat kualitatif yaitu mengumpulkan dan menggambarkan

data yang diperoleh dilapangan dari hasil penelitian dan mengamati semua yang berkaitan dengan masalah yang terdapat didalam penelitian ini.[39]

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

   Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (purposive). Penelitian ini dilakukan dilapanganyang difokuskan kepada konsultan *Oriflame.*

2. Waktu Penelitian

   Di lakukan dari tanggal 15 juli sampai selesai.

C. Informan

Informan adalah orang dalam latar penelitian. Informan penelitian adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang siruasi dan kondisi penelitian.[40]informan merupakan orang yang dijadikan sebagai tempat untuk mendapatkan informasi yang berkenaan dengan masalah yang penulis pecahkan. Dalam penelitian ini yang menjadi informan adalah konsultan *Oriflame* tersebut.

D. Jenis dan Sumber data

1. Data Primer

[39]Lexy J. Maleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1995), Cet ke-5 hal.3.
[40]*Ibid*.hal.90.

Data primer merupakan data yang diperoleh secara lansung dari sumber pertama.[41]Dalam penelitian ini data primer diperoleh darihasil wawancara dengan Konsultan *Oriflame.*

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh secara lansung, hanya didapat dari kepastian leberatur buku pustaka, brosur, majalah baik bacaan maupun data yang memungkinkan secara relevan sengan penelitian,serta didapat dari situs internet. Data sekundernya sejarah perusahaan, Struktur Organisasi, Jumlah Agen dan Omset konsultan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam rangka pengumpulan data yang akurat mengungkap permasalahan dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa instrumen, diantaranya.

1. Wawancara

Wawancara adala percakapan dengan maksud tertentu.Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (interviewe). Maksud mengadakan wawancara antara lain :

[41]Joko Subagyo, *Metodologi Penelitian dan Teori Prakter,* (Jakarta: Rineke Cipta, 1997), Cet, ke-12,hal.87.

Mengkontruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, motivasi dan memperluas informasi yang di peroleh dari orang lain, baik manusia maupun bukan manusia.[42]

Wawancara yang dilakukan dalam hal ini yaitu wawancara yang penulis lakukan dengan informan yang menjadi subjek secara bebas dengan pertanyaan yang terbuka, dalam hal ini peneliti melakukan wawancara ataupun tanya jawab dengan informan yang telah ditentukan sebelumnya.

2. Observasi

Observasi adalah seorang peneliti yang mengadakan pengamatan langsung kelokasi penelitian dengan cara sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti. Pengumpulan data juga dapat dilakukan dengan cara pengumpulan data yang dilakukan dengan mangamatin, mencatat kejadian-kejadian melalui cara yang sistematis, observasi langsung memberikan sumbangan yang sangat penting sekali dalam penelitian deskriptif.[43]

Pengamatan langsung yang dilakukan merupakan alat yang ampuh untuk mengetes suatu kebenaran.Jika suatu data yang diperoleh kurang meyakinkan, biasanya peneliti ingin menanyakan kepada subjek, tetapi karena ingin memperoleh kayakinan tentang keabsahan data tersebut, maka

[42] Lexy J. Moleong, *metodologi Penelitian Kualitatif.....,h. 135*

[43] Kholid Nurbuko dan Ahmad, *Metode Penelitian,* (Jakarta: Bumi Aksara, 1997)hal.94.

ditempuhnya adalah mengamati sendiri yang berarti mangamati langsung peristiwanya[44].Observasi dilakukan terhadap etika bisnis produk *Oriflame.*

Dalam hal ini penulis melakukan observasi terhadap aktivitas yang dilakukan oleh konsultan *Oriflame* dalam melakukan penjualan lansung yaitu melalui *Multi Level Marketing* dalam etika bisnis Islam.Melalui wawancara terhadap konsultan *Oriflame*.

F. Teknik Analisa Data

Setelah data dikumpulkan, kemudian penulis menganalisa data dengan teknik analisis deskriptif. Penulis melakukan analisis data dengan memberikan pemaparan gambaran situasi yang diteliti dalam bentuk naratif.[45]teknik analisis data yang penulis pakai dalam penelitian ini adalah mengolahnya sesuai dengan menggunakan analisis kualitatif melalui penguraian secara tertulis. Dalam sistem ini untuk mendapatkan keabsahan data.

[44] Cholid Narbuko dan Ali Ahmad, *Metodologi penelitian,*(Jakarta : PT Bumi Aksara, 1997)hal. 38

[45]Subagyo Joko, *Metedologi Penelitian dan Praktek,* (Jakarta:Rineke Cipta,1997), hal.39.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan*Oriflame*

1. Visi dan Misi *Oriflame*

Visi dari perusahaan: “Menjadi perusahaan kosmetik nomor satu dalam industry *direct selling”*.

Misi dari perusahaan adalah:”untuk mewujudkan impian”.

2. Kode Etik *Oriflame*

Sebagai seorang Consultant Oriflame, saya setuju melaksanakan usaha Oriflame sesuai dengan prinsip-prinsip berikut ini:

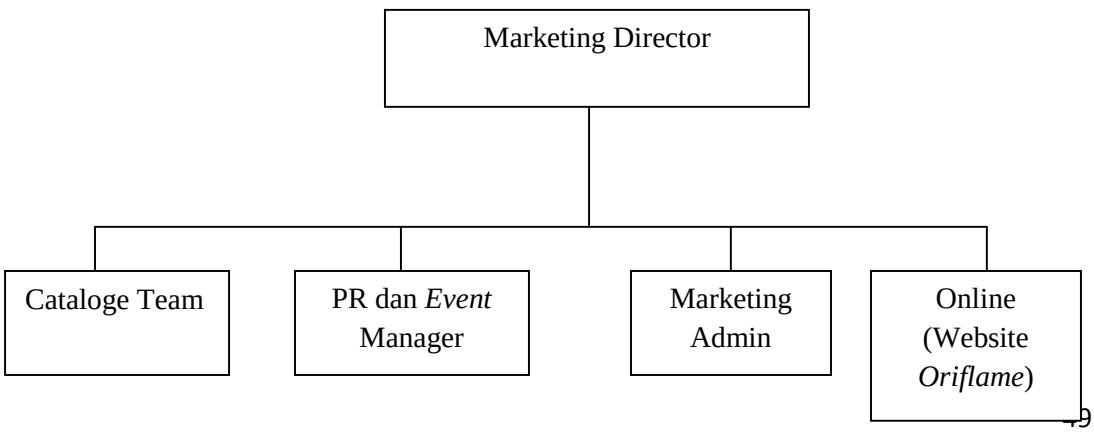
1. Saya akan mendukung dan mengikuti Tata Tertib(Code of Conduct) yang tercantum dalam Manual Kebijakan Oriflame lainnya. Saya akan memperhatikan tidak hanya apa yang tertulis tetapi juga “Semangat” dari peraturan-peraturan tersebut.
2. Prinsip yang menjadi pedoman saya dalam melakukan bisnis dengan setiap orang yang saya temui dalam kapasitas saya sebagai seorang Cosultant Oriflame adalah memperlakukan mereka secara adil sebagaimana saya sendiri ingin diperlakukan.
3. Saya akan mewakili Produk Oriflame dan peluang Bisnis Oriflame(Oriflame Business Oppurtunity) untuk pelanggan dan Consultant saya dengan cara yang jujur dan benar. Saya akan mengklaim keunggulan dan manfaat produk Oriflame sebatas yang disebutkan didalam Literatur Oriflame yang resmi.
4. Saya akan perhatian dan tepat waktu dalam melayani dan mengambil pesanan dari pelanggan saya. Saya akan mengikuti proseduryang digariskan dalam Literatur Resmi Oriflame untuk penggantian produk.
5. Saya akan menerima dan melaksanakan tanggung jawab yang ditetapkan untuk seorang Consultant Orifllame(dan aturan-aturan lain bagi seorang

Sponsor dan Director bila saya naik ketingkat tanggung jawab tersebut) sebagaimana dicantumkan dalam Literatur resmi Oriflame

6. Saya akan selalu menunjukkan sikap yang mencerminkan standar tertinggi dan integritas, kejujuran dan tanggung jawab.
7. Saya tidak akan, dalam keadaan apapun, menggunakan jaringan kerja Orifalme untuk pemasaran produk-produk lain selain yang telah disetujui oleh Oriflame. Saya harusmenghormati metode distribusi langsung ke-pelanggan dan demikian tidak menjual melalui outlet eceran dalam bentuk apapun.
8. Saya akan menghormati undang-undang dan peraturan Negara saya jika membangun suatu kelompok internasional.

3. Struktur Organisasi

Gambar 4.I Struktur Sosial



Sumber: Konsultan Manual *Oriflame*.

4. Prinsip Operasi *Oriflame*

Visi, misi, dan nilai-nilai utama *Oriflame* adalah semua elemen yang menjati dirikan *Oriflame*. Untuk mengimplementasikannya, *Oriflame* membutuhkan prinsip-prinsip operasi yang akan memandu dalam menjalankan kegiatan sehari-hari. Oriflame telah mengelompokkan prinsip-prinsip tersebut dalam 5 poin utama, yaitu :

1. Kesederhanaan dan efisiensi biaya

Pendekatan yang langsung, harus selalu memandu kami. Karena kami bergantung, pada pengembangan terus-menerus di segala bidang dalam operasi kami, maka kami harus mendorong semua orang di Oriflame untuk mencari penyelesaian yang sederhana dan masuk akal untuk masalah yang dihadapi sehari-hari. Hal ini juga berhubungan dengan kesadaran dalam masalah biaya. Menekan jumlah biaya akan membantu kami untuk menekan harga produk kami yang secara alamiah, pada akhirnya akan menguntungkan pelanggan kami.

2. Menghargai lingkungan sekitar

Alam selalu menjadi hal yang penting bagi kami. Kami menentang penggunaan binatang sebagai bahan percobaan untuk bahan dasar produk kami, dan sistem pendekatan dalam bisnis kami. Menjadi warga perusahaan

yang baik adalah aspek dasar dari operasi kami, dan itu meliputi perasaan mendalam untuk menghargai alam dan orang lain.

3. Fokus pada pelanggan

Kami harus mendengarkan dengan cermat pada orang yang membeli produk kosmetik kami, seperti mendengarkan orang yang membeli melalui peluang bisnis yang kami tawarkan. Untuk tetap bersaing, kami harus memperhatikan dan mengerti dunia sekeliling kami dan harus dapat beradaptasi dengan cepat pada perubahan yang diinginkan pelanggan kami.

4. Perhatian terhadap orang-orang

Oriflame dapat didefinisikan sebagai bisnis orang banyak. Yang dibangun oleh orang-orang berbakat, tak peduli konsultan maupun karyawan, dan adalah hal penting untuk memperlakukan semua orang dengan baik. Hal ini termasuk memiliki fokus yang kuat dalam memberikan dorongan, pelatihan, dan pengembangan diri.

5. Kemampuan untuk terus bertahan

Beberapa orang melihat peluang bisnis hanya berharap untuk mendapatkan hasilnya dengan cepat. Tetapi kami tidak demikian, kami berencana untuk ada pada waktu yang lama. Oleh karena itu kami harus bertindak dari sudut pandang bisnis untuk waktu yang lama, memfokuskan strategi bisnis kami untuk pertumbuhan dan stabilitas yang terus menerus.

6. Kelebihan *Oriflame*

Kelebihan produk oriflame dari produk kosmetik lain antara lain :

1. Produk-produk Oriflame tidak di ujicobakan pada hewan, tetapi pada sukarelawan dengan menjamin keamanan, kecocokan, serta efektifitas termasuk pada kulit yang sensitif.
2. Produk-produk Oriflame menekankan penggunaan bahan-bahan dan saripati alami.
3. Produk-produk Oriflame dijamin murni dan berkualitas tinggi. Dikembangkan di pabrik yang berteknologi tinggi dibawah pengawasan mutu dan lingkungan yang ketat.
4. Produk-produk Oriflame menggunakan aerosol yang akrab dan aman terhadap ozon.
5. Kemasan produk Oriflame dapat didaur ulang dan aman terhadap lingkungan.
6. Oriflame adalah anggota Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI).

7. Kunggulan *Oriflame*

Berikut ini adalah keunggulan Oriflame dalam aspek 4P :

1. PERUSAHAAN

Oriflame sudah berdiri sejak tahun 1967 dan saat ini sudah berada di lebih dari 60 negara di dunia.Oriflame juga merupakan perusahaan kosmetik dengan sistem *personal selling* no.1 di dunia. Bisnis ini masuk pertama kali di Indonesia tahun 1986 dan sampai saat ini sudah membuka cabang di 11 (sebelas) kota besar di Indonesia yaitu : Medan, Pekanbaru, Palembang, Jakarta, Bandung, Semarang, Jogjakarta, Surabaya, Denpasar, Makassar dan Balikpapan.

2. PRODUK

Produk Oriflame berkwalitas karena dibuat hampir 100% alami.Pangsa pasarnya luas bukan cuma kosmetik buat wanita saja, ada produk perawatan untuk kaum pria, anak-anak bahkan bayi. Harga jualnya relatif terjangkau, apalagi untuk produk berkwalitas yang 100% import harganya menjadi cukup murah.

3. PLAN

Sistem bisnis Oriflame unik karena menggabungkan sistem *Personal Selling* dan *Networking Marketing*.Di Oriflame semua adil, *downline* yang lebih fokus dan bekerja keras bisa melampaui sponsor/*uplin*enya dan sponsor/*upline* juga didorong untuk bekerja.

4. ORGANISASI

Oriflame menyediakan dukungan bagi semua *consultant independet*nya, mulai dari *training* tentang sistem sampai *beauty class*.Disamping itu *upline* / sponsor Anda juga pasti mendukung.

8. Produk *Oriflame*

Produk *Oriflame* memiliki:

1. Kandungan alami, terbuat dan berbahan dasar tumbuhan
2. Terjamin 100% garansi kepuasan pelanggan
3. Tidak di uji coba pada hewan
4. Menghargai lingkungan hidup, kemasaan produk yang dapat di daur ulangdan tidak mengandung PVC
5. Komitmen social yaitu menjaga kelayakan

6. Terdaftar di Asosiasi Penjualan Langsung Dunia dan Indonesia, juga terdaftar di BPOM serta DEPKES RI

A. Analisis penjualan *oriflame* Melalui Jaringan *Multi Level Marketing* Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam

Oriflame adalah perusahaan yang bergerak dibidang kosmetik dan memiliki sistem penjualan langsung (*direct selling). Oriflame* juga memasarkan produknya dengan cara jaringan penjualan mandiri.

Oriflame adalah perusahaan *direct selling* yang bergantung pada distributor yang berperan sebagai tenaga penjual dimana merupakan ujung tombak perusahaan dalam memasarkan dan menjual produknya. Distributor Oriflame, disebut juga Consultant, memanfaatkan kegiatan *personal selling* dengan melakukan pendekatan-pendekatan yaitu presentasi dan demonstrasi produk serta kesaksian tentang manfaat produk sehingga diharapkan konsumen akan tertarik dan akhirnya membeli produk tersebut tanpa berpikir panjang. Personal selling didukung oleh peran tenaga penjual dan peran tersebut sangat penting dalam peningkatan volume penjualan *Oriflame.*

Dalam proses penjualan produk *Oriflame* ini terdapat indikator yang akan dilakukan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Jalur Distibutor

Islam sangat mendukung pertukaran barang dan manganggapnya produktif dan mendukung para pedagang yang berjalan dimuka bumi mencari

sebagian dari karunia Allah Swt., dan membolehkan orang memiliki modal untk berdagang, tapi ia harus tetap berusaha agar pertukaran barang itu berjala atas prinsip-prinsip sebagai berikut:

1. Tetap mengumpulkan antara kepentingan individu dan kepentingan masyarakat
2. Antara dua penyelenggara muamalat tetap ada keadilan dan harus tetap ada keadilan dan tetap ada kebebasan ijab kabul dalam akad-akad
3. Jelas dan jauh dari perselisihan.

Dasar karakteristik pendistribusian adalah adil dan jujur, karena dalam Islam sekecil apapunperbuatan yang kita lakukan, semua akan dipertanggungjawabkan di akhirat kelak. Pelaksanaan distribusi bertujuan untuk saling memberI manfaat dan menguntungkan satu sama lain, secara umum, Islam mengarahkan mekanisme muamalah antara produsen dan konsumen agar tidak ada pihak yang mersa dirugikan. Apabila terjadi ketidakseimbangan distribusi kekayaan, maka hal ini akan memicu timbulnya konflik individu mau social.

Pada proses penjualan produk-produk *Oriflame* dimana distributor yang menjadi penyalur langsung kepada konsumen, dalam bisnis *Oriflame*, distributor dinamakan konsultan, sistem tersebut disebeut dengan sistem jaringan yakni penjualan barang yang dilakukan langsung dari individu dengan individu tanpa menggunakan perantara,karena menurut konsultan *Oriflame* memilih menggunakan sistem jaringan atau yang lebih dikenal

dengan *Multi Level Marketing* lebih efisien. Keuntungan yang diperoleh dengan menggunakan sistem jaringan ini adalah mendapatkan keuntungaan yang sangat banyak di waktu yang sangat singkat.[46]

Dalam pengenalan produk *Oriflame* kepada konsumen dalam hal ini konsultan harus menjelaskan manfaat dari produk yang ditawarkan kepada konsumen, sebab sebagai konsultan dalam sisten jaringan *Multi Level Marketing* yang lebih diutamakan dan dipertimbangkan adalah tidak terjadinya unsur pemaksaan dan penipuan dalam mengenalkan produk *Oriflame* tersebut produk yang dijual distributor/konsultan dibeli oleh konsumen.

Dalam proses penjaringan atau perekrutan anggota baru guna untuk menambah jaringan sekaligus konsumen yang akan menjadi pelanggan tetap dalam memasarkan produk *Oriflame* tersebut, dalam hal ini distributor/konsultan sebagai agen penyalur langsung mencari individu yang kiranya membutuhkan solusi sekaligus alat-alat kosmetik yang diinginkan atas keluhan yang dirasakan. Konsultan yang aktif tidak hanya mencari individu yang kiranya membutuhkan produk yang akan dijual oleh konsultan *Oriflame.*tidak hanya mereka yang sedang dalam keadaa mendesak untuk keperluan kecantikan yang menjadi pelanggan tetap produk tersebut namun konsumen yang merasa kalau kecantikan itu sangat penting bagi kaum wanita. Karena melihat konsumennya merasa selalu butuh akan produk kecantikan

[46]Silvia, Konsultan *Oriflame*, *wawancara langsung.* 20 juli 2016

Oriflame inilah konsultan lalu menawarkan bagaimana kalau konsumen menjadi bagian dari anggota, sebagai seorang anggota yang juga sekaligus konsumen konsultan dapat memberikan informasi kepada orang lain tentang manfaat dan dampak dari produk yang dikomsumsi sesuai dengan yang dirasakan.

2. Penjualan *Oriflame*

Di sini hasil penelitian yang akan dijabarkan dengan menguraikan setiap kategori yang ada didalam fokus penelitian adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi konsumen sasaran

Langkah awal yang dilakukan konsultan dalam mengidentifikasi konsumen sasarannya yang dianggap menjadi target market yang melihat kecil besar kecilnya kebutuhan atau yang diinginkan oleh konsumen dan untuk melihat daya beli mereka dalam proses bisnis *Oriflame* dengan menggunakan sistem jaringan *Multi Level Marketing* yaitu tenaga ahli atau konsultan yang bertemu langsung dengan konsumen.

Dalam mengidentifikasi konsumen sasaran atau calon pelanggan melihat dari prospek dari besar kecilnya kebutuhan yang diiinginkan oleh konsumen terhadap produk *Oriflame* yang ditawarkan serta melihat kualitas dari produk *Oriflame* bisa ditentukan dari segmentasi pasar apakah produk *Oriflame* tersebut lebih unggul dari para pesaing.[47]

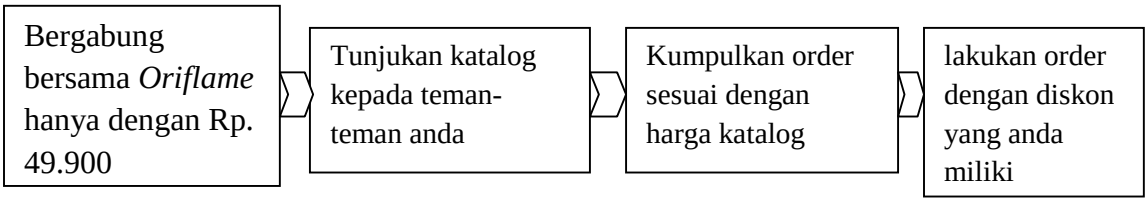
[47]Miftahul, Konsultan *Oriflame,Wawancara Langsung,* 20 juli 2016

Oriflame dalam memilih konsumen yang dianggap potensial dalam identifikasi konsumen sasaran berdasarkan besar pasar serta melihat produk pesaing. Dalam memilih konsumen sasaran disadarkan pada besarnya pasar dan produk yang akan ditawarkan dan daya beli konsumen.[48]

Dalam kutipan wawancara diatas dapat di simpulkan bahwa langkah awal yang dilakukan adalah konsumen sasaran yang potensial adalah melihat besar kecilnya kebutuhan konsumen dan melihat daya tarik mereka dalam produk yang akan dijual serta mengidentifikasikan pasar sasarannya.

Untuk syarat-syarat menjadi member/konsultan *Oriflame* bisa dilakukan sebagai berikut:

Gambar 4.2 Panduan menjadi member *Oriflame*



Dalam menjalankan bisnis ini, konsultan *Oriflame* seringkali tidak dapat mengemban amanah yang telah di bebankan tehadapnya, dalam prakteknya ternyata ditemukan hal yang bertentangan denga etika bisnis Islam, hal ini terlihat ada konsultan *Oriflame* yang menawarkan bisnis *Oriflame* kepada pelanggan baru yang belum mengetahui cara bergabung di bisnis ini dengan sesukanya memberikan cara-cara yang sangat mudah supaya pelanggan tersebut

[48]Licia, Konsultan *Oriflame, Wawancara Langsung*, 20 juli 2016

bisa dengan mudah bergabung di bisnis *Oriflame*.Dengan tujuan agar mendapatkan member baru dengan cepat.

Dapat di jelaskan denga hasil wawancara dengan salah satu konsultan bahwa ketika di awal pendaftaran pihak agen *Oriflame* tidak menjelaskan secara jelas bahwa harus belanja minimal 800.000 baru mendapatkan bonus-bonus yang dijanjikan pada awal pendaftaran, kemudian saat melakukan pemasaran, *Upline* langsung menyebutkan mendapatkan gaji 4 juta/bulan, padahal bonus dari yang dijanjikan 4 juta/bulan itu kita harus belanja 12.400.000/bulan"[49]

Dari penjelasan wawancara di atas sudah dapat di simpulkan bahwa dalam melakukan bisnis kita harus berlaku jujur dan amanah supaya aturan yang di pakai tidak bertentangan dengan syariat Islam.

Dalam etika konsultan dalam prinsip pemasar perlu diterapkan yakni:

i. Kejujuran yaitu seorang distributor sebagai seorang pedagang dituntun untuk bersikap jujur dalam segala yang di lakukan dalam penjualan terutama dalam penjualan yang dilakukan denga sistem jaringan *Multi Level Marketing.*
ii. Amanah yaitu distributor haru mampu menjalankan amanah yang telah di berikan sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan.

Hal ini di karena dalam transaksi jual beli dan juga aturan etika distributor/konsultan ada beberapa prinsip pemasar yang perlu diterapkan oleh distributor.Hal tersebut bertujuan untuk tidak terjadinya penipuan, prasangka

[49]Licia.Konsultan *Oriflame,Wawancara langsung,*20 juli 2016

buruk (su'uzun) dan juga kesalah pahaman pada suatu waktu diantara kedua pihak, dengan harapan sesuai dengan prinsip-prinsip etika pemasaran dan juga sesuai dengan peraturan yang telah dibuat oleh menejemen *Oriflame.*

Konsultan *Oriflame* akan melihat latar belakang konsumen itu sendiri. Biasanya konsultan *Oriflame* melihat segi keuangan konsumen tersebut.Apakah konsumen tersebut bisa bergabung di bisnis ini.Dengan itu konsultan lebih mudah untuk menarik calon konsumen.

Dalam bisnis *Oriflame* mereka berasal dari berbagai macam yakni ibu-ibu, pelajar, mahasiswi dan pekerja.Dalam bisnis ini siapa saja boleh ikut, asal memiliki modal untuk melaksanakan bisnis ini.Alasan mereka bergabung berbagai macam tapi kebanyakan karena coba-coba dan suka produk atau hal yang berhubungan dengan kecantikan.Yang akhirnya keuntungan yang mereka dapatakan, mereka memutuskan menjalankan bisnisnya.[50]

Berdasarkan hasil wawancara bahwa untuk mencari konsumen tidak dapat dilihat dari segi keuangan mereka dan konsumen mempunyai kebutuhan akan produk itu sendiri.

2. Harga Produk

Memperkenalkan produk dalam meningkatkan penjualan produk *Oriflame* adalah dengan melakukan presentasi kepada konsumen yang berkeinginan melakukan pembelian terhadap produk *Oriflame.*biasanya konsultan selalu siap dengan alat-alat bantu dalam melakukan presentasi.

[50]Rana Okta Sofiana, Konsultan *Oriflame, Wawancara Langsung,* 20 juli 2016

Seperti yang bisa dilihat langsung oleh konsumen seperti media cetak dan media elektronik.

Produk-produk yang ditawarkan adalah produk-produk kecantikan dari *Oriflame* seperti *make-up,hair care,skin care, nail care,foot care, parfum* (baik untuk pria maupun wanita) yang dipakai sehari-hari terdiri dari aneka perawatan tubuh dan wajah, baik wanita maupun pria *make up* nya sendiri sangat lengkap dan mengikuti *trend* (update).[51]

Dalam perusahaan yang berbentuk *Multi Level Marketing* produk cukup penting dalam bisnis ini, karena hasil penjualan produk akan mendatangkan *Profit* atau bonus. Tidak hanya cukup penting tetapi memang sangat penting. Kebanyakan orang-orang yang ingin bergabung di perusahaan *Multi Level Marketing* tidak tertarik untuk menjalankan usaha *Multi level Marketing* karena pada awalnya sudah memiliki usaha lain, hanya saja mereka tertarik dengan produk dan memakainya. Setelah merasakan khasiatnya.Mereka berfikir untuk menceritakan ini ke relasi-relasi, hingga mulailah mereka menjalankannya.

Dalam memulai untuk mengenalkan produk, saya memakai dan merasakan sendiri khasiatnya. Karna saya bisa merasakan khasiatnya langsung dari produk yang akan saya tawarkan. Dan ketika saya mnceritakan dan menjual sesuatu yang benar-benar dapat dipercayai.Dalam produk *Oriflame* ini walaupun harga yang di tawarkan sangat tinggi tetapi kualitas

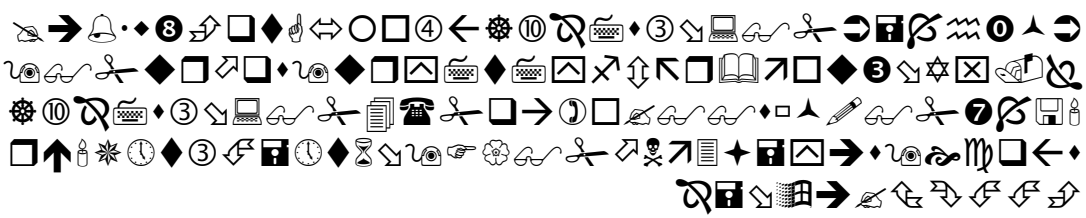
[51]Nadya Yulistiana, Konsultan *Oriflame,Wawancara Langsung,* 20 juli 2016

dari produk tersebut sangat bagus karena produk tersebut terbuat dari bahan 100% alami dan tidak di uji coba kepada hewani.Jadi produk dari *Oriflame* sangat aman untuk digunakan.[52]

Wawancara diatas dalam sebuah perusahaan jangalah mengabaikan harga dan kualitas produk.Karena harga haruslah sebanding dengan kualitas yang ditawarkan.Harga yang terlalu mahal sulit dijangkau oleh pasar yang luas, kualitas yang buruk mengakibatkan kehilangan kepercayaan pasar terhadap produk.Seluruh orang di dunia ini pasti menginginkan harga murah dak kualitas tinggi, tetapi kurang bijak karena sulit untuk mecari harga yang murah dengan kualitas yang unggul, sehingga dalam kualitas dan harga produk harus dalam keseimbangan yang masuk akal.

Setiap produk *Oriflame* memiliki kualitas yang berbeda sesuai dengan tingkat/level dari produk itu sendiri, biasa produk yang berkualitas adalah "Giordani Gold" baik itu parfum, bedak dan produk lainya.[53]

Dalam memperhatikan kualitas sebelum kuantitas,kualitas yang tinggi lebih baik dari pada banyak produk tanpa kualitas. Terdapat dalam surat Al-Maa'idah: 100.



[52]Widya Mariani, Konsultan *Oriflame, Wawancara Langsung,* 20 juli 2016
[53]Silvia,Konsultan *Oriflame, Wawancara Langsung,* 20 juli 2016

Artinya "Tidak sama yang buruk dengan yang baik, meskipun banyaknya yang buruk itu menarik hatimu, Maka bertakwalah kepada Allah Hai orang-orang berakal, agar kamu mendapat keberuntungan."

Pendekatan dan kunjungan langsung ke konsumen sasaran.Tidak hanya menjual produk.Konsultan harus bisa memberikan arahan agar konsumen tersebut bisa ikut menjadi salah satu member di *Oriflame* dengan mendapatkan keuntungan-keuntungan yang sangat besar dari hasil point yang dihasilkan dari pembelanjaan dan penjualan produk *Oriflame.*

Mendatangi konsumen lalu melakukan persentasi produk dengan memperlihatkan katalog. Dalam bisnis *Oriflame* cara memperkenalkan produk yang akan ditawarkan adalah dengan memperlihatkan katalog. Yang berisikan produk-produk dan dicantumkan dengan harganya langsung.Danmendemokan sistem produk kepada konsumen supaya konsumen dapat melihat langsung kualitas dan kelebihan dari produk *Oriflame.*[54]

Berikut adalah contoh dari produk *Oriflame* yang terdapat dalam katalog para konsultan yang dicanumkan dengan harga langsung.

Gambar 4.3 Produk*Oriflame*

[54]Kususma. Konsultan *Oriflame. Wawancara Langsung.*20 juli 2016



Sumber: Katalog *2010.*

Dari wawancara diatas bahwa pendekatan konsumen dilakukan dengan kunjungan langsung kepihak-pihak yang merupakan keputusan dalam pembelian produk *Oriflame.*dan lebih efektif dalam menawarkan produk dengan menunjukkan katalog kepada konsumen sasaran.

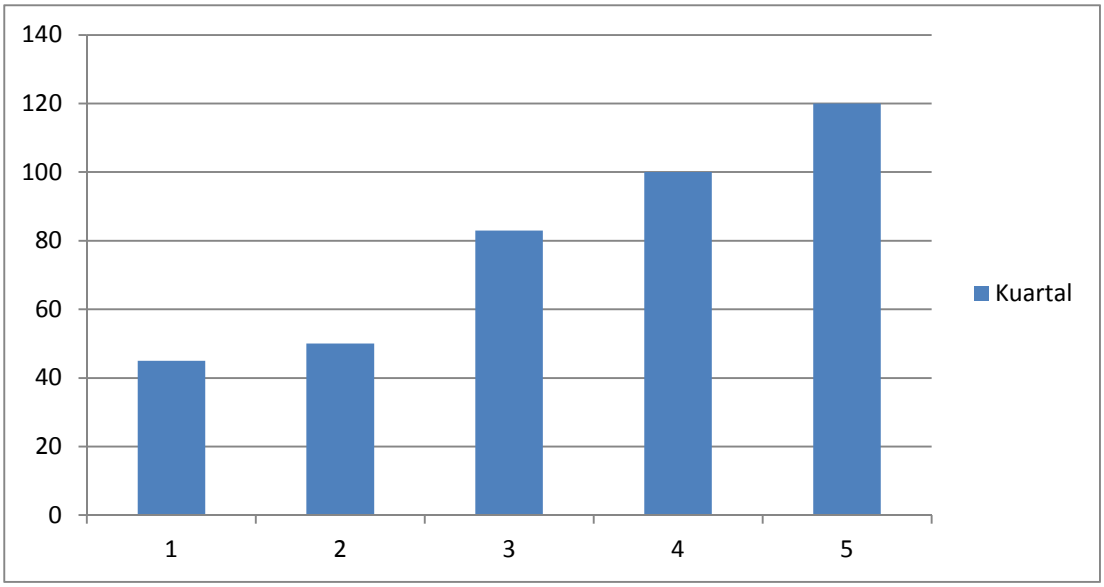
2. Perkembangan Penjualan

Perkembangan penjualan merupakan proses dari penjualan untuk sesuatu pembelian. Untuk melakukan transaksi penjualan yang baik harus dilakukan dengan sangat sungguh-sungguh agar hasil yang akan didapatkan bisa memuaskan.

Biasanya konsultan akan melakukan penawaran-penawaran terbaik disetiap bulannya. Tentunya para konsumenakan tahu apa saja yang akan menjadi kebutuhannya. Apa yang menjadi kebutuhannya itu selalu ada kita berikan penawaran-penawaran khusus, seperti diskon.

Saya senang melihat peningkatan perkembangan penjualan dibandingkan kuartal ketiga.Meskipun tantangan yang telah kita lihat sepanjang tahun, kami mencapai peningkatan marjin operasi dan arus khas yang sangat baik.Untuk 2013 kami yakin dengan strategi ditata untuk perusahaan yang menyediakan dasar yang solid bagi ambisi kami untuk kembali kepertumbuhan penjualan.[55]

Gambar 4.4 Peningkatan Perkembangan Penjualan *Oriflame*



Dalam perkembangan jaringan dibutuhkan kesabaran. Karena tidak semua konsultan dalam group adalah pembangunan jaringan, ada yang sudah keluar atau tidak aktif, ada yang hanya memakai produk, ada yang ingin menjual produk saja dengan melihat keuntungan di bisnis ini sangat besar dan ada betul-betul pembangunan jaringan yang mulai tidak produktif. Hanya

[55]Sisri, Konsultan *Oriflame*,*Wawancara Langsung*, 20 juli 2016

sedikit yang sampai sukses, mungkin hanya 1-10 persen dari group. Semakin besar group, semakin kecil persentase penambahan anggota grup.

Tabel 4.2 Perkembangan Agen/Konsultan dan Omset *Oriflame*

Jumlah Distibutor	Pertambahan setiap bulan	Persentase Pertumbuhan (%)
1	2-10	200-1.000
10	5-20	50-200
100	20-40	20-40
500	50-100	10-20
1.000	80-200	8-20
5.000	100-500	2-10
10.000	200-1.000	2-10

Sumber: Sisri, Wawancara 2016

Datadiatas adalah berdasarakan pengaman dan pengamatan saya pribadi, bukan data resmi. Mungkin saja persentase tiap konsultan berbeda, bergantung saja kesamaan yang ada di semua tiap jaringan ialah kecenderungan penurunan persentase pertambahan distributor di saat group semakin besar.

Dalam perkembangan jaringan konsultan menyadari bahwa tidak semuluk atau seperti hitungan matematika. Tetapi berurusan dengan manusia bukan mesin. Semakin besar gorup, dibutuhkan kepemimpinan yang semakin besar. Jika perkembangan pemimpin organisasi tersebut tidak seimbang dengan perkembangan group, lambat laun pasti mengalami pelambatan.

3. Tindakan lanjut setelah penjualan

Setelah menerima produk, konsultan tidak dapat melepas pelanggan begitu saja. Biasanya konsultan *Oriflame* akan melakukan penawaran khusus bagi konsumen yang telah menjadi member di *Oriflame* dan mengajak untuk ikut di berbagai kegiatan-kegiatan yang telah disediakan oleh perusahaan.

Memberikan kesempatan bagi konsumen yang ingin meluangkan waktu dengan menjadi member *Oriiflame,* kami juga sering mengadakan *event-event* lokal bagi member dan konsumen lainya.Maka dari itu kami dapat berinteraksi langsung dengan anggota.[56]

Penyelenggarakan acara atau kegetian khusus (*special event)* merupakan salah satu kiat untuk menarik perhatian konsumen terhadap perusahaan dan produk tertentu yang akan ditampilkan dalam acara tersebut.

Kegiatan ini diharapkan mampu memuaskan pihak-pihak lain yang terlibat atau terkait untuk berperan serta dalam suatu kesempatan pada acara khusus, baik untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), pengenalan (*awareness),* maupun upaya pemenuhan selera (pleasure), dan menarik simpati atau empati.

Event-event yang telah diadakan seperti *event Launching* produk *Dare To Be* yakni produk khusus untuk kalangan anak muda yang penuh ekspresi, energy, kebebasan dan unik. Dalam acara ini *Oriflame* akan memperkenalkan produk *Dare To Be* dan setiap orang yang datang dapat mencoba produk *Dare*

[56]Licia, Konsultan *Oriflame,Wawancara Langsung,*20 juli 2016

To Be untuk dapat langsung merasakan khasiatnya. Di acara khusus ini banyak di lakukan kegiatan yang bermanfaat bagi kaum muda yang datang untuk mengetahui bagaimana khasiat dari produk *Oriflame*tersebut.Masyarakat akan mendapatkan kegunaan dari acara launching tersebut karena selain gratis, masyarakat yang datang akan mendapat kegunaan dengan mengetahui tips –tips kecantikan terkini, mencoba *make over* dengan produk *Oriflame.*

Berdasarkan penjelasan diatas bahwa konsultan berperan penting menberikan informasi.Hal ini perlu dilakukan oleh konsultan agar konsumen merasa puas dengan layanan yang diberikan agar konsumen merasa diperhatikan dan dihormati.

Dalam perekonomian yang akan maju dan situasi persaingan yang cukup ketat, perusahaan berlomba-lomba melakukan peningkatan terhadap usahanya. Salah satu yang dilakukan perusahaan dalam meningkatkan usahanya tersebut yaitu dengan melakukan kegiatan pemasaran dalam Islam di ajaran berbisnis, seperti kehidupan Rasullalah telah mempraktekan prinsip-prinsip dasar agama Islam dalam melakukan bisnis terutama dalam melakukan pemasaran produk dan jasa secara adil dan penuh etika.

Berdasarkan ayat Al-Quran dan Hadis didapat diketahui bahwa Islam mempunyai prinsip-prinsip tentang pengembangan sistem bisnis yaitu harus terbebas dari unsur *dharar* (bahaya), *jahalah* (ketidakjelasan) dan *zhulm* (merugikan) atau tidak adil terhadap salah satu pihak. Oleh karena itu, sistem

pemberian bonus harus adil, tidak menzalimi dan tidak hanya menguntungkan orang yang diatas. Sebagian pakar ekonomi Islam membuat istilah bahwa bisnis yang Islami harus terbebas dari unsur MAGHRIB, singkatan dari lima unsur yaitu *maysir* (judi), *gharar* (penipuan), haram, riba (bunga) dan batil. Artinya apabila mengembangkan bisnis melalui MLM, maka harus terbebas dari unsur-unsur maghrib diatas. Oleh karena itu, barang atau jasa yang dibisniskan serta tata cara penjualannya harus halal, tidak syubhat dan tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah.

B. Penjualan *Oriflame* Melalui Jaringan *Multi Level Marketing* dilihat Perspektif Etika Bisnis Islam

Islam dalam memandang ekonomi tidak terlepas dari pertimbangan moral. Moral harus dipertimbangkan mulai awal proses berbisnis hingga target utama dari bisnis bersangkutan. Dalam bisnis Islam tidak ada pemisahan nilai moral dengan praktek hukum.Islam memiliki pedoman dalam mengarahkan umatnya untuk melaksanakan amalan.Pedoman tersebut adalah Al-Qur'an dan Sunnah Nabi.Sebagai sumber ajaran Islam, setidaknya menawarkan nilai-nilai dasar dan prinsip-prinsip umum yang penerapannya dalam bisnis disesuaikan dengan perkembangan zaman dan mempertimbangkan dimensi ruang dan waktu.

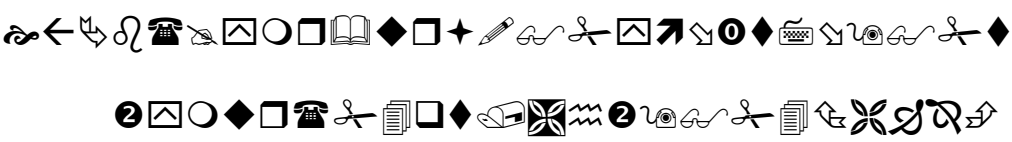
Perkembangan IPTEK (ilmu pengetahuan dan teknologi) yang cepat juga mempengaruh pada masalah etika bisnis.Benteng moral dan etika harus ditegakkan guna mengendalikan kemajuan dan penerapan teknologi bagi kemanusiaan. Etika bisnis merupakan merupakan kontradiksi istilah karena ada pertentangan antara etika dan minat pribadi yang berorientasi dalam pencarian keuntungan. Ketika ada konflik antara etika dan keuntungan, bisnis lebih memilih keuntungan dari pada etika.Tindakan etis merupakan strategi bisnis jangka panjang yang terbaik bagi perusahaan.Oleh karena itu, pemahaman tentang etika bisnis diperlukan untuk para pelaku bisnis agar usahayang diljalankan dapat menjadi suatu usaha bisnis yang beretika dan mengurangi resiko kegagalan.

Dalam proses penjulan *Oriflame*melalui *Multi Level marketing* dimana konsultan yang menjadi penyalur langsung kepada konsumen, sistem tersebut dengan sistem jaringan yakni penjualan barang yang dilakukan langsung dari individu-individu tanpa menggunakan perantara, karenamenurut pendapat konsultan *Oriflame* memilih menggunakan sistem jaringan *Multi Level Marketing* karna lebih efisien di banding dengan menggunakan promosi keuntungan yang diperoleh dengan menggunakan sistem jaringan ini antara lain:

1. Karena di lakukan langsung kepada konsumen.
2. Dapat menambah wawasan, menambah kenalan.

3. Dapat saling mengenal antara konsultan dan konsumen lebih jauh, dapat membangun silahturahmi.
4. Dapat mengetahui keluhan yang dirasakan oleh konsumen, sehingga kita dapat menolong dan melakukan yang terbaik untuk konsumen tersebut dengan demikian sistem kekeluargaan dengan sendirinya akan terbangun.

Pada kegiatan penjualan *Oriflame* oleh konsultan dengan menggunakan jaringan *Multi Level Marketing* sebagai jalur dalam pendistribusian produk kepada konsumen, dalam Islam terdapat beberapa bentuk distribusi yang dilarang dimana salah satunya adalah terdapat unsur-unsur MAGHRIB, hal tersebut tentu sangat penyimpang dari etika distributor dalam *Multi Level Marketing* menurut perspektif etika bisnis Islam.



Artinya: Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. (QS Al-Baqarah 275)

Rasulallah saw. Bersabda:

إنمَّاالبْيَعُعَنْترَاض

Artinya: Perdagangan itu atas dasar sama-sama suka. (HR al-Bahaiqi dan Ibnu Majah)[57]

Berdasarkan ayat Al-Quran dan Hadis diatas dapat diketahui bahwa Islam mempunyai prinsip-prinsip tentang pengembangan sistem bisnis.Dengan adanya unsur-unsur MAGHRIB yang di lakukan oleh pihak-pihak tertentu akan

[57]Muhammad Al-Shan'ani, *Subul Al-Salam*, Juz III, Dahlan, Bandung,tt. Hal. 4.

merugikan banyak pihak lainya yang sangat membutuhkan, tidak hanya sebatas merugikan banyak pihak namun juga dapat memicu terjadinya kecurangan lain oleh anggota yang tidak bertanggung jawab karena merasa memiliki kesempatan untuk melakukan kecurangan lainya.

Allah SWT menciptakan manusia untuk saling tolong menolong antara satu manusia dengan manusia lainya, karena manusia adalah makhluk sosial yang tidak bisa hidup demi kelangsungan hidup sehari-hari, untuk memenuhi kebutuhan hidup tersebut salah satunya dengan bermuamalah, jual beli atau perdagangan.

Allah SWT memberikan petunjuk dan peraturan-peraturan kepada manusia untuk mengadakan perikatan perdagangan dan semua yang berhubungan dengan orang lain, sehingga kehidupan dapat berjalan dengan benar dan baik. Dalam mekanisme pasar hendaknya antara penjual dan pembeli dapat menjalankan sesuai dengan etika Bisnis Islam.

Dalam penjualan *Oriflame* masalah bonus, pembagian bonus, persetase bonus, seluruhnya telah diatur. Dalam aturan *Oriflame* ini dikatakan bahwa tingginya bonus atau seorang konsultan tergantung seberapa banyak produk yang dijualnya, seberapa penjaringan atau perekrutan anggota baru yang mampu dijaringanya dan dilihat juga bagaimana keaktifan seorang anggota tersebut, dalam hal ini konsultan sebagai penyalur langsung mecari anggota yang kiranya membutuhkan alat-alat kosmetik yang diinginkan. Konsultan sebagai penyalur aktif tidak hanya mencari konsumen tapi juaga pelanggan-

pelanggan yang membutuhkan alat-alat kosmetik.Mengenai bonus ini dalam *Oriflame* tidak dibenarkan bahwa apabila seorang konsultan tersebut sudah memiliki jaringan yang banyak maka keuntungan yang didapatkan akan semakin tinggi.

Dalam penjualan *oriflame* melalui jaringan *Multi Level Marketing* apabila konsultan berhenti menjual produk walaupun konsultan tersebut sudah pada level *(upline)* maka konsultan tersebut tidak akan mendapat bagian bonus, dengan istilah lain banyak bekerja banyak penghasilan, tidak bekerja maka tidak akan menghasilkan apa-apa.

Dalam *Multi Level Marketing* hanya dibutuhkan usaha yang ekstra pada awal dan tinggal menikmati pada akhirnya, berbeda dalam syariah Islam bahwa hasil yang diperoleh sesuai dengan usaha yang dilakukannya.

Dalam penjualan *Oriflame* melalui jaringan *Multi Level Marketing* menurut perspektif etika bisnis Islam, aturan yang telah di tetapkan oleh *Oriflame* sudah sesuai dengan etika bisnis Islam akan tetapi pada prakteknya masih ada sebagian konsultan yang tidak bertanggung jawab melakukan penyimpangan dalam melakukan transaksi baik itu dari merekrut anggota baru dan keinginan untuk menjadi konsultan *Oriflame.* Dalam memasarkan produknya konsultan masih ada yang menerapkan prinsip-pinsip Islami, konsulta masih ada melakukan penipuan, tidak berlaku jujur dalam melakukan usahanya. Dalam ajaran Islam telah di atur sedemikian rupa bagaimana etika dalam berbisnis.Mengenal hal tersebut supaya berjalan dengan lancar sesuai

dengan etika bisnis islam diharapkan agar konsultan tidak lagi teropsesi menjual produk untuk mengumpulkan *(reward)* sebanyak mungkin, dengan melakukan berbagai cara, sehingga keislamannya yang akan terabaikan. Dan harus sesuai dengan etika Islam dalam menjalankannya supaya konsultan tersebut sadar akan tanggung jawabnya.Walaupun etika konsultan sudah sesuai dengan nilai-nilai moral dalam Islamdan aturannya tetap perlu ada pengawasan sebab manusia tidak ada yang sempurna sering besifat *khilaf* dalam melakukan setiap kegiatan.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan dapat disimpulkan bahwa dalam penjualan *Oriflame,* konsultan hanya menginginkan penjualan yang mendapatkan keuntungan yang sangat banyak dengan itu konsultan melakukan berbagai cara untuk mendapatkan keuntungan tersebut, sistem

penjualan *Oriflame* di lakuakan melalui jaringan *Multi Level Marketing* yang artinya penjualan yang dilakukan dengan pemasaran dengan berjenjang banyak, maka para konsultan menjalankan bisnis dengan merekrut anggota baru dengan mendapatkan konsultan-konsultan baru, maka dari itu bonus dan omset yang di dapat dengan merekrut anggota baru.

Mencari keuntungan dengan memanfaatkan tenaga orang lain, dapat menekankan pada hubungan yang tidak akan bisa di perbaiki lagi, dengan melakukan suatu bisnis yang tidak menerapkan bisnis yang telah di ajarkan oleh Rasulallah saw yaitu tidak dilakukan dengan kejujuran dan amanah, dari sanalah bisa dilihat bahwa konsultan dalam penjanjian tang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang dijelaskan diatas, maka peneliti dapat menyampaikan saran-saran yang bertujuan memberikan manfaat bagi pihak-pihak lain atas penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disimpulkan peneliti sebagai berikut::

1. Bagi konsultan *Oriflame* diharapkan dalam menjalankan bisnis hendaklah berpegang pada ajaran Rasulallah saw. Supaya bisnis yang dijalankan sesuai dengan etika bisnis Islam.

2. Para konsultan diharapkan dapat bersikap jujur atau terbuka menjelaskan keunggulan dan kelemahan pada awal menjadi konsultan baru, menepati kesepakatan yang telah ditentukan, bersikap adil kepada setiap pelanggan dan lebih bersikap ramah.
3. Para Konsultan dalam melakukan kegiatan bisnis atau perdagangan hendaklah tetap berpegang teguh pada etika bisnis Islam dalam kondisi apapun. Hal tersebut dikarenakan, bisnis yang didasari dengan etika bisnis Islam tidak hanya mendatangkan keuntungan semata tetapi juga memberikan berkah atas rizki yang didapat.

DAFTAR PUSTAKA

Achyruddin.2006. *Pengaruh Multi Level marketing Perkembangan Perekonomian Masyrakat di Kota Makasar*. Skripsi Serjana UIN Alauddin Makassar ,tidak diterbitkan.

Arifin Johan. 2009. *Etika Bisnis Islami*. Semarang: Walisongo Press.

Al-Hikmah, Al-Qur'an dan terjemah. 2007. Bandung: CV Dipenegoro.

Al-shan'ani Muhammad. *Subul al-Salam*, Juz III, Dahlan, Bandung, tt.,

AsmaraAs.2002. *Pengantar studi Akhlak*,(Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.

Budiarto, Kustoro. 2009. *Pengantar Bisnis.* Jakarta:Mitra Wacana Media.

Beekum, Rafik Issa,, 2004. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: Pustaka Belajar

Hafidhudin Didin dan Hendri Tanjung. 2003. *Manajemen Syariah dalam* praktek. Jakarta; Insani Press.

Hanefa Andrias.1999.*Multi Level Marketing:Alternatif Karier dan Usaha Menyongsong Milinium Ketiga*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Indriyo Gitosudarmo. 2003. *Pengantar Bisnis.* Yogyakarta: BPFE.

Joko Subagyo. *Metedologi Penelitian dan Praktek.* Jakarta:Rineke Cipta.

Kariem Adiwarman A. 2007. *Ekonomi Mikro Islam.* Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.

Kasmir. 2001. *Bank dan Lembaga Keuangan* lainnya. Jakarta: PT Raja Grafindo.

Maleong Lexy J.1995. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Nurbuko Kholid dan Ahmad, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara.

Narbuko Cholid dan Ali Ahmad. 1997.*Metodologi penelitian.* Jakarta : PT Bumi Aksara.

Sudarsono. 1989. *Etika Islam tentang Kenakalan Remaja*. Jakarta: Bina Aksara.

Susanti Eli. 2014. *Kajian Tentang Penjualan Melalui Jaringan Multi Level Marketing Menurut Prinsi-Prinsip Ekonomi Islam.* Skripsi Serjana STAIN Bukittinggi: tidak diterbitkan.

Sumiati Lis. 2005. *Bisnis MLM dalam pandangan Hukum Islam.* Skripsi Serjana STAIN Cirebon,tidak diterbitkan.

Santoso Benny.2006. *All About MLM: Memahami Lebih jauh MLM dan Pernak Peniknya.,* Jakarta: Andy Publisher.

Salam Burhanudin. 2000. *Etika Individual Pola Dasar Filsafat Moral*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Sudarsono.1993. *Etika Islam Tentang Kenakalan Remaja ke-3.* Jakarta: PT. Rineke Cipta.

Yusuf Tarmizi.2000. *Strategi MLM Secara Cerdas dan Halal*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Zulkarnain, 2012. *Ilmu Menjual: Pendekatan Teoritis dan Kecakapan Menjual,*Yogyakarta: Graha Ilmu.

Http://www.Pengertianku.net/2014/08/pengertian-penjualan-dan-pemasaran-artikel-lengkap.html.

https://rizkiamaliapunyacerita.wordpress.com/apa-itu-oriflame/

http://kbbi.web.id/konsultan

KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama :

Dengan ini menerangkan bahwa **Yona Pratiwi Anggraini,** Nim **3212.109** mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi memang benar melakukan wawancara dengan saya untuk keperluan skripsi yang berjudul **"Analisis Penjualan *Oriflame* Melalui Jaringan *Multi Level Marketing* Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam"**

Demikianlah surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bukittinggi, 20 juli 2016

Informan

( )

PEDOMAN WAWANCARA

1. Menurut anda apa itu MLM?
2. Apa keuntungan yang anda rasakan memasarkan produk *Oriflame* dengan menggunakan jaringan MLM?
3. Jenis produk apa saja diminati oleh konsumen?
4. Apak setiap merek produk yang anda lakukan dalam memasarkan produk *Oriflame?*
5. Apa langkah pertama yang anda lakukan dalam memasarkan produk *Oriflame?*
6. Menurut anda bagaimana konsep MLM pada *Oriflame?*
7. Bagaiman sistem kerja *Oriflame* apakah sistem kerja sama dengan MLM lain?
8. Bagaimana cara anda menumbuh kembangkan jaringan anda?
9. Apa persyaratan untuk menjadi member *Oriflame?*
10. Bagaimana sistem upah, bonus, gaji yang diberikan oleh *Oriflame?*
11. Apakah anda menjelaskan kelebihan dan kekurangan produk kepada konsumen?

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



A. DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama	: **YONA PRATIWI ANGGRAINI**
NIM	: **3212.109**
Tempat/Tgl Lahir	: Simawang , 21 Juli 1994
Anak ke-	: 5 dari 6 bersaudara
Alamat	: Simpang pipik, Simawang.
Orang Tua	
Ayah	: Jamaris
Ibu	: Suharni

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Taman Kanak-kanak Bundo Kanduang Simawang, Tamat tahun 2000-2001
2. Sekolah Dasar negeri (SD) N 27 Pincuran Gadang, Taman Tahun 2001-2006
3. Sekolah Menengah Pertama (SMP) N 2 Rambatan, Tamat Tahun 2007-2009
4. Sekolah Menengah Atas (SMA) N 2 Rambatan, Tamatan Tahun 2009-2012