PENGARUH PENJUALAN *MULTI LEVEL MARKETING* HNI (HERBAL NETWORK INTERNASIONAL) TERHADAP KESEJAHTERAAN ANGGOTA MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

(Studi Kasus Kelurahan Pakan Labuah - Bukittinggi)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi Islam

Oleh :

SITI JUMAIDA

NIM. 3214.182

JURUSAN EKONOMI ISLAM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BUKITTINGGI

2018 M /1439 H

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi ini berjudul **"Pengaruh Penjualan *Multi Level Marketing* HNI (Herbal Network Internasional) Terhadap Kesejahteraan Anggota Menurut Perspektif Ekonomi Islam (studi kasus : Kelurahan Pakan Labuah)"**. Yang ditulis oleh **Siti Jumaida, NIM 3214.182,** yang diuji dalam Sidang Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bukittinggi hari Jumat 21 September 2018 dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu syarat guna mencapai Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI).

Bukittinggi, 21 September 2018

Tim Penguji

Ketua

Dr. Miswardi, SH.,M.HUM.
NIP. 196612102005011005

Tim Penguji

Dr. Ilz Izmuddin, MA
NIP. 197503032001121002

Hj. Zulhelmi, SE., MM
NIP. 196404222014112001

Dr. Miswardi, SH.,M.HUM.
NIP. 196612102005011005

Sandra Dewi, SE., MM
NIP. 197307172014112002

Mengetahui:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Bukittinggi

H. Harfandi, SE., M.Si
NIP. 196211101999031001

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing penulisan Skripsi atas nama SITI JUMAIDA. NIM 3214.182 ulasan dengan judul **"PENGARUH PENJUALAN *MULTI LEVEL MARKETING* HNI (HERBAL NETWORK INTERNASIONAL) TERHADAP KESEJAHTERAAN ANGGOTA MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM"** memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan kesidang munakasyah.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Bukittinggi, Agustus 2018

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Miswardi,SH., M.Hum	**Sandra Dewi, SE.,MM**
NIP. 196612102005011005	**NIP. 197307172014112002**

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama/NIM : Siti Jumaida

Tempat/ Tangal Lahir : Sungai Puar 09 September 1994

Fakultas/ Jurusan : FEBI/ Ekonomi Islam

Judul Skripsi : Pengaruh Penjualan *Multi Level Marketing* HNI (Herbal Network Internasional) Terhadap Kesejahteraan Anggota Menurut Perspektif Ekonomi Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya karya ilmiah (skripsi/tugas akhir) dengan judul di atas adalah **benar** asli karya penulis. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya sendiri. Maka penulis bersedia diproses sesuai dengan hukum yang berlaku dan gelar kesarjanaan penulis dicopot sampai batas waktu yang tidak ditentukan.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bukittinggi, Juli 2018

Penulis

METERAI TEMPEL 6000

Siti Jumaida

3241.182

KATAPENGANTAR



Alhamdulillah,Segalapujidansyukurpenulisucapkan kehadiran Allah SWT, yangtelahmelimpahkannikmatdanpetunjuk-Nya untuk memilihjalan-jalanyangpenuhdengantebaranberkah,karunia, ilmu sertahikmahsehinggapenulisdapatmenyelesaikanskripsi ini.Shalawat besertasalam senantiasapenulislimpahkankepadajunjungan yang kita cintaiyakniNabiMuhammad SAW sebagai sumber ilmu dan inspiratorkitasemua,karenadenganjasabeliaulahsampaisaatini kita masihdapatmenikmatiindahnyaIslam,nikmatnyaImandan ajaran perdamaian yangdibawa olehIslam.Penulisan Skripsiini dilakukan dalam rangka memenuhisalah satu syaratuntuk mancapai gelar SarjanaEkonomi Islam padaJurusanEkonomi Islam Fakultas Ekonomi dan BisnisIslam diIAINBukittinggi.Adapun judulpadaskripsi ini adalah**"PENGARUH PENJUALAN *MULTI LEVEL MARKETING* HNI (HERBAL NETWORK INTERNASIONAL) TERHADAP KESEJAHTERAAN ANGGOTA MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (StudiKasus Kelurahan Pakan Labuah – Bukittinggi)"**.

Penulisanskripsiinitidakakanterlaksanadenganbaik tanpa adanya bantuan dariberbagaipihak. Terutama kepada segenap keluargayangtelahmemberikandukungankepadapenulisbaikitu moril maupunmateril,TeristimewakepadaAyahanda **Asrizal**, kepada Ibu tersayang

Rosanidar, yang telah mendidik, membesarkan serta memberikan dukungan dan butiran-butiran

do'anyakepadapenulissertatelahmemberikanmotivasikepadapenulis.

Halinijugapenulissampaikankepadasaudarakandung kakak **Refnida Kartin**, abang **Deded Junaidi**, adik **Asdar Julia**, adik **Muhammad Afrizon**, adik **Dodi Mardi**dan terkhusus kepada Suhu **Bambang Wicanarko**juga Suhu **Rian Elfendra**beserta teman-teman yang telah memberikan semangat dalam menyelesaikan pendidikan penulis.Serta atasbantuan dan arahan yangtelahdiberikan.Selanjutnyaucapanterimakasihpenulisucapkan

Kepada:

1. Ibu**Dr.RidhaAhida,M.Hum**,SelakuRektorInstitutAgamaIslamNegeri(IAIN)Bukittinggi,**BapakHarfandi,SE,M.Si**selakuDekanFakultasEkonomidan BisnisIslamsertaBapak**YefriJoni,MA**selakuKetua Jurusan EkonomiIslam yang telah memberikan fasilitaskepadapenulisuntukmenuntutilmudiIAINBukittinggi.
2. Bapak**Dr. Miswardi, SH., M.Hum** selakupembimbingIdan selakupenasehatAkademikyangtelah memberikan nasehatnya demikelancaran proses belajarpenulis dan ibu **Sandra Dewi, SE., MM**selakupembimbingIIdalam penyelesaianskripsiini,terimakasihatasbimbingandanarahanyangtelahBapak dan Ibu berikanselamapenulismenyelesaikanskripsiini.

3. Bapak **Dr. Saiful Amin, M.ag** selaku dosen pembimbing Akademik yang telah membimbing penulis dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak/Ibuk pegawai perpustakaan yang telah menyediakanfasilitaskepadapenulisdalammenyelesaikanskripsiini.
5. Bapak/Ibukdosenyangtelahmemberikanilmunyasehinggapenulisbisamelanjutkankaryailmiahinidalambentukskripsi.
6. Ibu pemilik pusat stokis HNI (Herbal Network Internasional) di Kelurahan Pakan Labuah Kota Bukittinggi Provinsi Sumatera Barat, yang telah bersediameluangkandanmembantusegalahaldemikelancaranpenelitianpenulislakukan.
7. Saudara-saudarakuyangselalubersamadisaatsuka dan duka, Desnita, Rani Oktaviani Jasri, Mirawati Chernovita, Rahmita Sari, Hudri Arina, Resi Rosita, Yulita, Rahmita Sari,SriDewiNovita,Milatul Azizah,Syarifah Asma, Fatmawati dan yanglainnya.Banggarasanyatelahmendapatkansahabatsekaligussaudarasepertikalian.Terimakasihuntukkebersamaannya,semogakitatetapsaudaradanberharapselamanya.Amin.
8. Teman-temanseperjuangan diEkonomiIslam khususnyaKeluargaBesarEkonomiIslam Ei.E.Sertateman-temanseFakultasEkonomidanBisnisIslam yangtelahmemotivasipenulis.

SemogabantuanyangtelahdiberikanmenjadiamalibadahdisisiAllahSWTdan memperolehpahalayangberlipatganda.Amin

Penulismenyadaribahwapenulisanskripsiinimasihjauhdarikesempurnaan,untukitupenulismengharapkankritikandanmasukandaripembacademikesempurnaanskripsiini.

Dengan segala kerendahan hati,penulissajikan karya tulisdalam bentukskripsidenganharapanbisabermanfaatbagikitasemuasertadapatmenambahkhasanahilmupengetahuan.

Bukittinggi, Agustus 2018

Penulis,

Siti Jumaida
NIM.3214.182

DAFTARISI

LEMBARANPERSETUJUANPEMBIMBING

LEMBARANPENGESAHANTIMPENGUJI

KATAPENGANTAR..... i

DAFTARISI v

DAFTAR TABEL .....

ABSTRAK viii

BABIPENDAHULUAN

A.LatarBelakang 1

B.IdentifikasiMasalah 7

C. Batasan Masalah 7

D. Rumusan Masalah 8

E. Tujuan Penelitian dan Manfaat penelitian 8

F.Penjelasan Judul 9

G.KajianTerdahulu 11

H. Sistematika Penulisan..... 13

BABIILANDASANTEORI

A.Pemasaran 15

1.Pengertian Pemasaran..... 15

2.Tujuan Pemasaran 16

3.Fungsi Pemasaran..... 17

B.Pasar Dan Pemasaran Syariah 17

C.Pengertian *Multi Level Marketing* 19

D.*Multi Level Marketing* dalam Islam 21

E. Teori Kesejahteraan 23

1.Pengertian Kesejahteraan 23

2.Pengertian Kesejahteraan Menurut Para Ahli 25

3.Kesejahteraan Sosial 26

4.Kesejahteraan Ekonomi 27

5.Prinsip dan Faktor Kesejahteraan 29

6.Fungsi Kesejahteraan 31

F.Landasan Syariah Mengenai Kesejahteraan 31

BABIIIMETODOLOGIPENELITIAN

A.Jenis Penelitian 33

B.LokasidanWaktu Penelitian 33

C. Jenis dan Sumber Data 34

D. Populasi dan Sampel 34

E. Teknik Pengumpulan Data 36

F. Instrumen Penelitian 38

G. Devenisi Operasional Variabel 39

H. Teknik Analisis Data 39

1. Uji Pra-Penelitian 39

2. Uji Regresi Linear Sederhana 42

3. Uji t (uji persial) 44

4. Koefisien Korelasi Sederhana 45

5. Koefesien Determinan 46

BABIVHASILPENELITIAN

A. Gambaran Pusat Stokis HNI Laa Raiba 48

1. Sejarah 48

2. Lerak Pusat HNI Stokis Laa Raiba 49

3. Keadaan Ekonomi 49

4. Visi dan Misi 50

B. Karakteristik Responden..... 51

C. Hasil Penelitian..... 61

1. Hasil Uji Validitas 61

2. Hasil Uji Reabilitas..... 63

3. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana 65

4. Hasil Uji t 67

5. Hasil Uji Koefisien Korelasi Sederhana..... 67

6. Hasil Uji Koefesien Determinasi..... 68

BABVPENUTUP

A.Kesimpulan 70

B.Saran 70

DAFTARKEPUSTAKAAN

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTARRIWAYATHIDUP

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul: **"Pengaruh Penjualan *Multi Level Marketing* HNI (Herbal Network Internasional) Terhadap Kesejahteraan Anggota Menurut Perspektif Ekonomi Islam"** yang disusun oleh **Siti Jumaida** Nim 3214.182 Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi, Tahu 2018.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Penjualan *Multi Level Marketing* HNI (Herbal Network Internasional) Terhadap Kesejahteraan Anggota Menurut Perspektif Ekonomi Islam. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara penjualan *multi level marketing* dengan kesejahteraan anggota.

Jenis metode dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan uji regresi linear sederhana, mengumpulkan data yang berhubungan judul penelitian dimulai dari bulan April 2018 yang berlokasi di Kelurahan Pakan Labuah dengan cara melalui pengisian kuisioner kepada anggota HNI. Pada teknik analisa data terdapat enam macam uji yang dilakukan.

Hasil penelitian pengaruh penjualan *multi level marketing* HNI (Herbal Network Internasional) terhadap kesejahteraan anggota menurut perspektif ekonomi Islam bahwa memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kesejahteraan anggota yang dapat dilihat dari persamaan regresi linear sederhana yaitu: Y = 14,972 + 0,291X. Jika semakin banyak penjualan *Multi Level Marketing*, maka akan semakin meningkat kesejahteraan anggota. Begitu juga sebaliknya, semakin sedikit Penjualan *Multi Level Marketing* maka semakin turun kesejahteraan anggota

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan baik sosial, politik, hukum, ekonomi dan lain sebagainya telah membawa perubahan yang sangat besar kepada individu didalam kehidupanya. Salah satu dari kegiatan ekonomi adalah bisnis, dunia bisnis salah satu tujuannya yaitu menghasilkan produk yang dikenal, disukai dan dibeli oleh konsumen. Untuk mencapai tujuan tersebut pelaku bisnis tentunya memiliki cara pemasaran yang baik dan tepat, Karena Pemasaran (*marketing*) sebagai jantung dari kegiatan bisnis.[1] Oleh karena itu berbagai jenis transaksi dengan konsep pemasaran mulai muncul dan menyebar keseluruh penjuru dunia termasuk Indonesia.

Salah satu strategi bisnis yang sangat marak dan berkembang saat ini adalah bisnis dengan sistem MLM (*Multi Level Marketing*) yang merupakan salah satu cabang dari penjualan langsung (*derect selling)*. Bisnis MLM ini beroperasi tidak seperti bisnis umumnya, karena kebanyakan konsumen menempatkan motif pembelian produk atau jasa yang ditawarkan didalamnya.

Dewan Syariah Nasional MUI telah menetapkan fatwa pada tahun 2009 tentang MLM syariah. Fatwa tersebut menyebutkan dua belas persyaratan bagi MLM agar menjadi bisnis syariah yang halal dan tidak

[1]Hartman Laura, Etika Bisnis, (Jakarta:Erlangga,2008) hlm. 329

bertentangan dengan syariah.[2] Secara garis besar perbedaan dari MLM syariah dengan MLM konvensional yaitu secara organisasi MLM syariah memiliki DPS (Dewan Pengawas Syariah) yang bertugas untuk mengawasi kegiatan bisnis didalam perusahaan tersebut, produk yang dipasarkan adalah produk yang layak dan halal untuk digunakan atau untuk dikonsumsi secara Islam.

Salah satu produk yang memakai konsep *multi level marketing* adalah produk HNI (Herbal Network Internasional). HNI adalah Perusahaan era baru kejayaan bisnis Network Marketing Muslim yang didirikan pada 19 Maret 2012, Dan pada April 2015 produk HNI telah memenuhi prinsip syariah. HNI merupakan perusahaan Halal Network di Indonesia yang mengeluarkan produk-produk herbal halal berkualitas terbaik. Seperti Produk-produk obat,suplemen, minuman kesehatan, dan kosmetik. khasiat, dan manfaat yang tidak perlu diragukan lagi karena telah dibuktikan lansung oleh Agen HNI.[3] Produk yang dipasarkan melalui jaringan penjual mandiri (*indenpenden sales force)* berbeda dengan sistem penjualan eceran (retail) pada umumnya.

Disini HNI mengusung konsep *multi level marketing* (MLM). MLM terbentuk lebih dari satu tingkat, dimana konsultan mendapatkan komisi penjualan dan bonus penjualan dari hasil penjualan barang atau

[2]www.situalhikmah.ac.id/index.php/kolom-artikel/116-fatwa-mui-mengenai-mlm Diakses pada 17 Maret 2018 pukul 11.14 WIB

[3] Panduan Sukses HNI

jasa yang dilakukanya sendiri dan anggota jaringan didalam kelompoknya, bonus agenstok dan lainya.

Dengan uang pendaftaran sebesar Rp. 30.000,- kemudian secara otomatis pembeli langsung menjadi member, dengan syarat melampirkan KTP, dan melampirkan nomor rekening. Didalam sistem MLM HNI ini tidak ada penurunan jenjang karir, Namun jika anggota tidak belanja selama kurun waktu enam bulan maka no Id nya akan dihapus dari perusahaan dan jikapun yang tingkat atas (*upline)* memiliki banyak jaringan kebawah, jika *upline* tidak melakukan penjualan produk maka *upline* tidak mendapatkan bonus. Berikut ini tabel data perkembangan Agen/Anggota dan pendapatan HNI.

Tabel 1.1

Perkembangan Agen/Anggota dan Pendapatan HNI

No	Level Anggota	Bonus Point	Pendapatan
1.	10%	0-999 Point	100.000
2.	20%	3000-3999 Point	600.000
3.	23%	3000 Point+ 3Manager	2.070.000
4.	26%	3000 Point + 6Manager	4.680.000
5.	29%	3000 Point+ 4Manager+2Senior M	4.860.000
6.	32%	3000 Point + 4Senior Manager + 2Manager	5.040.000
7.	35%	3000 Point + 6 Senior Manager	6.300.000

Sumber : Panduan Sukses HNI 2018

Dari data diatas dapat dilihat bahwa perkembangan pendapatan agen/anggota HNI, yang mendapatkan omset >100.000 - 6.300.000,- Dapat disimpulkan bahwa berbinis dengan HNI mendapatkan keuntungan yang tinggi.[4]

Tabel 1.2

Macam-macam produk yang paling banyak penjualannya di Pakan Labuah

No	Nama Produk	Harga
1.	Sabun Kolagen	25.000
2.	Sabun Madu	20.000
3.	Sabun Propolis	20.000
4.	Pasta Gigi Herbal	16.000
5.	Minyak Herba Sinergi	45.000
6.	Minyak Zaitun	24.000
7.	Etta Goat Milk	75.000
8.	HPAI Coffe	125.000
9.	Sari Kurma	45.000
10.	HABIS	22.500

Sumber : Milatul, Anggota HNI di Pakan Labuah

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa produk HNI yang paling banyak terjual yaitu produk kebutuhan sehari-hari. Seperti : sabun mandi, pasta gigi, danlainya.

[4]Umul Khair Wawancara lansung dengan *upline* HNI

Tabel 1.3

Jumlah rata-rata pendapatan anggota HNI pada bulan September 2017 sampai dengan Mei 2018

No	Bulan	Tingkat Anggota					
		Agen Biasa	Manager	Senior Manager	Executive Manager	Direktur	Senior Direktur
1.	September	49.000	300.000	400.000	1.500.000	3.000.000	3.800.000
2.	Oktober	49.000	340.000	430.000	1.680.000	3.300.000	3.970.000
3.	November	60.000	350.000	400.000	1.900.000	3.600.000	4.000.000
4.	Desember	49.000	390.000	400.000	1.980.000	3.600.000	4.000.000
5.	Januari	49.000	350.000	380.000	1.900.000	3.700.000	4.300.000
6.	Februari	85.000	400.000	720.000	2.100.000	4.000.000	4.500.000
7.	Maret	60.000	370.000	830.000	2.300.000	4.000.000	4.500.000
8.	April	90.000	500.000	1.100.000	3.200.000	4.500.000	5.000.000
9.	Mei	49.000	350.000	420.000	2.400.000	4.000.000	4.000.000

Sumber : Anggota HNI di Pakan Labuah

Data diatas merupakan data pendapatan anggota HNI di Pakan Labuah pada bulan September 2017 sampai Mei 2018. Dari tabel penghasilan terjadi kenaikan dan penurunan pada pendapatan anggota. Pada bulan September sampai bulan Maret rata-rata pendapatan anggota HNI hampir sama, pada bulan April terjadi kenaikan pendapatan dan pada bulan Mei terjadi penurunan pendapatan.

Tabel 1.4

Jumlah perkembangan agen/anggota HNI di Pakan Labuah

No	Bulan	Perkembangan Agen	Jumlah
1.	September	9	9
2.	Oktober	16	25
3.	November	19	44
4	Desember	20	64
5.	Januari	21	85
6.	Februari	18	103
7.	Maret	22	125
8.	April	25	150
9.	Mei	13	163

Sumber : Stokis Pakan Labuah

Dari tabel diatas kita dapat melihat disetiap bulannya anggota selalu mengalami peningkatan dalam membangun jaringan.

Menurut penulis, produk MLM HNI suatu produk yang sangat bagus untuk dikonsumsi dikalangan masyarakat karena produknya telah memenuhi Standar kualitas terbaik yang memiliki kelengkapan perizinan dan sertifikat halal MUI. Namun dari hasil pengamatan dari peneliti

terdapat banyaknya member yang menjalankan bisnis ini kurang pemahamanya tentang memasarkan produk kepada calon anggota baru dan konsumen, kurangnya motivasi dari para *upline* kepada *downline* dan disetiap bulannya anggota mengalami peningkatan namun penghasilan mengalami kenaikan dan penurunan.

Dari uraian latar belakang permasalahan diatas, untuk itu penulis sangat tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh Penjualan *Multi Level Marketing* HNI (Herbal Network Internasional) Terhadap Kesejahteraan Anggota Menurut Perspektif Ekonomi Islam**"

B. Identifikasi Masalah.

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

1. Setiap bulan anggota *multi level marketing* HNI mengalami peningkatan.
2. Pendapatan dari penjualan dari produk *multi level marketing* HNI sangat menjanjikan.
3. Banyaknya anggota dari *multi level marketing* HNI yang kurang pengetahuannya dalam memasarkan produk.

C. Batasan Masalah

Dengan banyaknya produk HNI tersebar luas di Indonesia maka penelitian ini dibatasi pada anggota yang berada di Kelurahan Pakan

Labuah Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh pada hal-hal yang terkait dengan "Pengaruh Penjualan *Multi Level Marketing* HNI (Herbal Network Internasional) Terhadap Kesejahteraan Anggota Menurut Perspektif Ekonomi Islam".

D. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah diatas penulis merumuskan masalahnya dalam penelitiian ini adalah; "Bagaimana Pengaruh Penjualan *Multi Level Marketing* HNI (Herbal Network Internasional) Terhadap Kesejahteraan Anggota Menurut Perspektif Ekonomi Islam".

E. **Tujuan dan Manfaat Penelitian**

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan Pengaruh Penjualan *Multi Level Marketing* HNI (Herbal Network Internasional) Terhadap Kesejahteraan anggota menurut perspektif ekonomi Islam

2. Manfaat Penelitian

a. Bagi Penulis

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

b. Bagi Akademis

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

c. Bagi Praktisi

Hasil penelitian dapat dijadikan dasar bagi pemasaran perusahaan kesehatan herbal atau pelaku usaha kesehatan. Sudah menjadi suatu keharusan agar pelaku usaha kesehatan dan kecantikan untuk lebih memperhatikan masalah ini. Sehingga dapat membantu dalam upaya untuk menentukan cara pemasaran yang lebih baik demi terciptanya kemajuan usaha untuk jangka yang lebih panjang.

F. Penjelasan Judul

Penelitian yang berjudul "Pengaruh Penjualan *Multi Level Marketing* HNI (*Herbal Network Internasional*) Terhadap Kesejahteraan Anggota Menurut Perspektif Ekonomi Islam" ini didukung dengan beberapa istilah yang perlu dijelaskan lebih lanjut, istilah tersebut diambil dari kata penjualan, *Multi Level Marketing*, kesejahteraan, ekonomi islam, Kelurahan Pakan Labuah, untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman terhadap penulisan skripsi ini, maka penulis menjelaskan kata yang terdapat dalam judul ini, yaitu:

Penjualan	: Interaksi antar individu saling bertemu muka yang ditunjukan untuk menciptakan, memperbaiki dan mempertahankan hubungan pertukaran sehingga menguntungkan bagi pihak lain.[5]
Multi Level Marketing	: Suatu cara menjual barang secara lansung kepada pelanggan melalui jaringan yang dikembangkan oleh para distributor lepas.[6]
Kesejahteraan	: Sebuah kondisi dimana seorang dapat memenuhi kebutuhan pokok, dan memiliki pekerjaan yang memadai yang dapat menunjang kualitas hidupnya sehingga memiliki status sosial yang sama terhadap sesama warga lainnya.
Herbal Network Internasinal	: Perusahaan produk herbal yang menawarkan produk obat-obatan, suplemen, minuman kesehatan, dan

[5] Zulkarnain, Ilmu Menjual: Pendekatan Teoritis dan Kecakapan Menjual, (Yogyakarta: Graha Ilmu,2012), hlm. 15

[6] Allen Carmichael, *Network dan Multi Level Marketing,* (Jakarta: Pustaka Delapratasa, 1996), hlm.5

komestik alami yang berkualitas terbaik. Yang di pasarkan melalui jaringan penjual indenpenden.[7]

Ekomomi Islam : Ilmu yang mempelajari perilaku muslim (yang beriman) dalam ekonomi yang mengikuti Alquran, Hadist Nabi, Ijma dan Qiyas. Atau kegiatan usaha yang dilaksanakan menurut prinsip Islam.[8]

Kelurahan Pakan Labuah : Salah satu Kelurahan yang terletak di Kecamatan AurBirugo Tigo Baleh Kota Bukittinggi Propinsi Sumatera Barat.

G. Kajian Terdahulu

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

1. Penelitian yang ditulis oleh Eli Susanti (2014) dengan judul skripsi "*Kajian Tentang Penjualan Melalui Jaringan Multi Level Marketing menurut Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*". Hasil dari penelitian tersebut

[7]*Panduan sukses Halal Network Internasional,* hlm. 15

[8]Veithzal Rivai dan Andi Buchari, *Islamic Economics* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), hlm.326

dapat disimpulkan bahwa operasional sistem MLM Herbal sudah sesuai dengan syariat Islam namun dalam penerapanya masih terdapat distributor yang menyalahi aturan yang sudah ditetapkan.[9]

2. Penelitian yang ditulis oleh Yona Pratiwi Anggraini (2017) yang berjudul "*Analisis Penjualan Oriflame Melalui jaringan Multi Level Marketing menurut Perspektif Etika Bisnis Islam*". Hasil dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam penjualan *Oriflame*, konsultan hanya mengiginkan penjualan dengan keuntungan yang sangat banyak dengan itu konsultan melakukan berbagai cara untuk mendapatkan keuntungan tersebut.[10]
3. Penelitian yang ditulis oleh Gebi Sintia Dwi (2016) yang berjudul "*Strategi Pemasaran Multi Level Marketing Produk Moorlife Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam*.Hasil dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran produk *Multi Level Marketing* produk moorlife terdapat sistem yang kurang sesuai dengan ekonomi Islam dengan temuan: *Entrepreneur* yang tidak memperoleh 4 *Dowline* dibawahnya tidak bisa naik ke tingkat *Entreperneur Head* sehingga tidak memperoleh 1.5% dan itu merupakan bentuk ekploitasi.[11]

---

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

[10]Yona Pratiwi Anggraini,*Analisis Penjualan Oriflame Melalui Jaringan Multi Level Marketing Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam*,(skripsi Serjana IAIN Bukittinggi, tidak di terbitkan,2017)

[11]Gebi Sintia Dwi, *Strategi Pemasaran Multi Level Marketing Produk Moorlife Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam*,(sripsi Serjana IAIN Bukittinggi, tidak diterbitkan,2016)

Perbedaan kajian terdahulu dengan yang akan dibahas penelitiyaitu. Dari penelitian terdahulu yang dibahas *Multi Level Marketing* yang masih berbasis Konvensional. Sedangkan *Multi Level Marketing* yang akan dibahas oleh peneliti adalah *Multi Level Marketing* yang sudah berbasis Syariah dan bagaimana pengaruh keberadaan *Multi Level Marketing* syariahterhadap kesejahteraan anggota HNI di Pakan Labuah.

H. Sistematika Penulisan

Agar penulisan dalam skripsi ini tersusun secara sistematis dan terarah, penulis merasa perlu membuat sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan

Pada bab ini berisikan : latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penjelasan judul, kajian terdahulu dan sistematika penulisan.

Bab II : Landasan Teori

Pada bab ini berisikan : pengertian pemasaran, pasar dan pemasaran syariah, pengertian *multi level marketing*, *multi level marketing* dalam Islam, teori kesejahteraan, dan landasan syariah mengenai kesejahteraan.

Bab III : Metode Penelitian

Pada bab ini berisikan : jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, teknik uji intrumen penelitian.

Bab IV: Hasil dan Pembahasan Penelitian

Pada bab ini akan mengurai hasil dan pembahasan penelitian, memberi gambaran tentang pengaruh produk HNI terhadap kesejahteraan anggota.

BAB V : Penutup

Berisikan Kesimpulan dan Saran

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pemasaran

1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah kumpulan lembaga-lembaga yang melakukan tugas pemasaran, barang dan jasa, ide, orang dan faktor-faktor lingkungan yang saling akan memberikan pengaruh dan membentuk serta mempengaruhi hubungan perusahaan dengan pasarnya.[12]

Menurut Philip Kotler, Pemasaran adalah bekerja dengan pasar sasaran untuk mewujudkan pertukaran yang potensial dengan maksud memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Sehingga dapat dikatakan bahwa keberhasilan pemasaran merupakan kunci kesuksesan dari suatu perusahaan.[13]

Kasmir berpendapat bahwa pemasaran adalah upaya untuk menciptakan dan menjual produk kepada berbagai pihak dengan maksud tertentu.[14]

---

[12]Mursyid. M, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Bumi Aksara.2010) hlm.8
[13]Idri, *Hadis Ekonomi*, (Jakarta:Prenadamedia Group.2015), hlm.263
[14]Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Kencana. 2003) hlm.47

2. Tujuan Pemasaran

Secara umum tujuan pemasaran adalah untuk :

a. Memaksimumkan konsumsi, dengan kata lain memudahkan dan meransang konsumsi, sehingga dapat menarik pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan perusahaan secara berulang-ulang.
b. Memaksimumkan kepuasan konsumen melalui berbagai pelayanan yang diingginkan pelanggan. Konsumen yang puas akan menjadi ujung tombak pemasaran selanjutnya, karena kepuasan ini akan ditularkan kepada konsumen lainnya melalui ceritanya.
c. Memaksimumkan pilihan (ragam produksi) dalam artian menyediakan berbagai jenis produk barang sehingga konsumen memiliki berbagai pilihan pula.
d. Memaksimumkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada konsumen dan menciptakan iklim yang efesien.[15]

3. Fungsi Pemasaran

Kegiatan pemasaran bukan aktivitas yang berdiri sendiri, melainkan terkait dengan fungsi-fungsi lainnya didalam perusahaan. Adapun fungsi-fungsi pemasaran sekurangnya terdiri dari:

a. Pembelian (*buying*)

[15] Kamsir, *Manajemen Pemasaran,* (Jakarta: PT. Bumi Aksara. 2003) hlm.56

b. Penjualan (*selling*).

c. Penggudangan (*storage*)

d. Transportasi (*transpartion*)

e. Pembiayaan (*financing*)

f. Pengambilan resiko (*risk taking*)

g. Komunikasi (*comunication)*

h. Menentukan tingkatan mutu (*grading*)

Fungsi pemasaran yakni memenuhi kebutuhan dan keinginan sampai kepada memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen atau pembeli melalui ide, gagasan, barang dan jasa.

B. Pasar Dan Pemasaran Syariah

Pasar syariah adalah dimana pelanggannya selain memiliki motif emosional. Pelanggan tertarik untuk berbisnis pada pasar syariah bukan hanya karena alasan dan keinginan untuk mendapatkan keuntungan finansial semata yang bersifat rasional, namun karena ketetarikan terhadap nilai-nilai syariah yang dianutnya. Pemasaran dan pelanggan yang memahami syariah akan mempertimbangkan dua hal penting dalam melaksanakan motif bisnisnya, yaitu dunia dan akhirat.

Menurut kertajaya pemasaran syariah adalah strategi bisnis yang harus memayungi seluruh aktifitas dalam sebuah perusahaan, meliputi proses, menciptakan, menawarkan, pertukaran nilai, dari seorang

produsen, atau satu perusahaan, atau perorangan, yang sesuai dengan ajaran Islam.[16]

Karakteristik pemasaran syariah tediri dari beberapa unsur:

1. Ketuhanan (*Rabbaniyah*)

   Ketuhanan atau *rabbaniyah* adalah suatu keyakinan yang bulat. Nilai *rabbaniyah* melekat atau menjadi darah daging dalam pribadi setiap muslim, sehingga dapat mengerem perbuatan-perbuatan tercela dalam dunia bisnis.

2. Etis (*Akhlaqlah*)

   Etis atau *akhlaqlah* artinya semua prilaku berjalan di atas norma etika yang berlaku umum. perilaku dalam berhubungan bisnis dengan siapa saja, konsumen, penyalur, toko, pemasok ataupun saingannya.

3. Realistis (*Al-Waqiiyah*)

   Realistis artinya sesuai dengan kenyataan jangan mengada-ada apalagi menjurus kepada kebohongan, semua tindakan penuh dengan kejujuran.

4. Humanistis (*Al-Insaniyah*)

   Humanistis artinya berperikemanusiaan, hormat menghormati sesama. Pemasaran berusaha membuat kehidupan menjadi lebih baik.

[16]Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta 2014) hlm.342-351

C. Pengertian *Multi Level Marketing*

Secara Etimologi *multi level marketing* berasal dari bahasa Inggris. Multi berarti banyak sedangkan level berarti jenjang atau tingkat. Adapun marketing artinya pemasaran. Jadi dari kata tersebut dapat dipahami bahwa MLM adalah pemasaran yang berjenjang banyak.[17]

Menurut Peter J. Clothier, MLM adalah suatu cara atau metode menjual barang secara langsung kepada pelanggan melalui jaringan yang dikembangkan oleh para disributor lepas yang memperkenalkan para distributor berikutnya, pendapatan dihasilkan terdiri dari laba eceran dan laba grosir ditambah dengan pembayaran-pembayaran berdasarkan penjualan total kelompok yang dibentuk oleh sebuah distributor.[18]

Ada dua poin penting yang harus dilakukan oleh seorang member yaitu: Pertama, member harus memakai, menawarkan dan memasarkan produk secara langsung kepada konsumen. Kedua, member harus membentuk jaringan kerja serta diikuti dengan mengembangkan jaringan kerja tersebut. Jika seorang member ingin berhasil dalam bisnis MLM, member harus melakukan kedua hal tersebut.

Multi level marketing dalam bahasa Indonsia disebut dengan pemasaran berjenjang suatu metode bisnis alternatif yang berhubungan

---

[17]Andrias Harefa, *Multi Level Marketing:Alternatif Karir dan Usaha Menyonsong Milinium ketiga* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1999) hlm.4

[18]Peter J. Clothier, *Meraup Uang Dengan Multi Level Marketing: Pedoman Praktis Menuju Network Selling yang Sukses* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1994) hlm.33

dengan pemasaran dan distribusi yang dilakukan melalui banyak level (tingkatan) yang biasa dikenal dengan istilah *up line* (tingkat atas) dan *downline* (tingkat bawah).

Untuk itu, *multi level marketing* merupakan salah satu cara yang dapat dipilih oleh sebuah perusahaan untuk memasarkan atau mendistribusikan atau menjual produknya kepada konsumen dengan membudidayakan distributor indenpenden untuk melakukan tugas pemasaran atau pendistribusian atau penjual langsung secara indenpenden tanpa campur tangan lansung perusahaan. Sementara target penjualan sepenuhnya ditentukan oleh distributor indenpenden dan jaringan pegembangan langsung yang dikembangkan.[19]

D. *Multi Level Marketing* dalam Islam

Semua bisnis yang menggunakan sistem MLM, dalam literatur fiqh termasuk dalam kategori muamalah yang dibahas dalam bab *al-buyu'* (jual-beli). Dalam kajian fiqh kontemporer, bisnis MLM ini dapat ditinjau dari dua aspek yaitu: Pertama, Produk barang atau jasa yang dijual. Kedua, Sistem penjualan (*selling marketing*)

Pertama, berkaitan dengan produk atau barang yang dijual apakah halal atau haram tergantung kandunganya.

[19]Andrias Harefa, *Multi level Marketing: Alternatif Karir dan Usaha Menyonsong Milinium ketiga* (Jakarta:Gramedia Pustaka Utama,1999) hlm.3

Kedua, berkaitan dengan sistem penjualan, bisnis MLM tidak hanya sekedar menjalankan penjualan produk barang, melainkan juga produk jasa, yaitu jasa marketing yang berlevel-level (bertingkat-tingkat) dengan imbalan berupa marketing *fee*, bonus, dan sebagainya tergantung level, prestasi penjualan dan status keanggotaan distributor. Jasa marketing yang bertindak sebagai perantara antara produsen dan konsumen.

Menurut Rivai sistem bisnis MLM diperbolehkan oleh syariat Islam dengan syarat:

1. Transaksi (akad) antara pihak penjual dan pembeli dilakukan atas dasar suka sama suka tidak ada unsur paksaan.
2. Barang yang diperjual-belikan suci, bermanfaat dan transparan sehingga tidak ada unsur kesamaran atau penipuan.
3. Barang-barang yang diperjual belikan memiliki harga yang wajar.[20]

Namun demikian, jika bisnis MLM tidak mengikuti syariat Islam, seperti bisnis *money game,* maka hukumnya haram.

MLM yang menggunakan strategi pemasaran secara bertingkat-berantai-berjenjang (levelinasi) mengandung unsur-unsur positif jika diisi dengan nilai-nilai Islam dan sistemnya sesuai dengan syariat Islam.

[20] Veithzal Rivai, *Islamic Marketing: Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah saw*,(Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama,2012) hlm.314

Sementara menurut Fatwa DSN nomor 75/DSN MUI/VII/2009 terdapat 12 syarat sebuah MLM dikatakan Syariah menurut fatwa tersebut, antara lain:[21]

1. Produk yang dipasarkan harus halal, *Thayyib* (berkualitas) dan menjauhi (Syubhat adalah sesuatu yang meragukan).
2. Skema akadnya harus memenuhi kaedah dan rukun jual beli sebagai yang terdapat dalam hukum Islam (fikih muamalah).
3. Operasional, kebijakan, *corparate culture*, maupun skema akuntansinya harus sesuai syariah.
4. Tidak ada *exccensivemark up* harga barang (harga barang di mark up sampai dua kali lipat), sehingga anggota terzalimi dengan harga yang sangat mahal, tidak sepadan dengan kualitas dan manfaat yang di peroleh.
5. Struktur manajemennya memiliki Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang terdiri dari para ulama yang memahami masalah ekonomi.
6. Formula intensif harus adil, tidak menzalimi *downline* dan tidak menempatkan *upline* hanya menerima *passive income* tanpa bekerja, *upline* tidak boleh menerima *income* dari hasil jerih payah *downline*-nya.
7. Pembagian bonus harus mencerminkan usaha masing-masing anggota.
8. Tidak ada unsur exploitasi dalam aturan pembagian bonus antara orang yang awal menjadi anggota dengan yang akhir.
9. Bonus yang diberikan harus jelas angka *nisbah*-nya sejak awal.

[21] Kuswara, Mengenal MLM Syariah, (Depok : QultumMedia, 2005) hlm. 92

10. Tidak menitik beratkan barang-barang *tertier* ketika umat masih bergelut dengan pemenuhan kebutuhan primer.
11. Cara penghargaan kepada mereka yang berprestasi tidak boleh mencerminkan sikap hura-hura dan pesta pora, karena sikap itu tidak syari'ah. Praktek ini banyak terjadi pada sejumlah perusahaan MLM.
12. Perusahaan MLM harus berorientasi pada kemaslahatan ekonomi umat.

E. Teori Kesejahteraan

1. Pengertian kesejahteraan

Defenisi kesejahteraan dalam dunia modern adalah sebuah kondisi dimana seorang dapat memenuhi kebutuhan pokok, baik itu kebutuhan akan makanan, pakaian, tempat tinggal, air minum yang bersih serta kesempatan untuk melanjutkan pendidikan dan memiliki pekerjaan yang memadai yang dapat menunjang kualitas hidupnya sehingga memiliki status sosial yang sama terhadap sesama warga lainnya.

Menurut HAM maka defenisi kesejahteraan kurang lebih berbunyi bahwa setiap laki-laki ataupun perempuan, pemuda dan anak kecil memiliki hak untuk hidup layak baik dari segi kesehatan,

makanan, minuman, perumahan, dan jasa sosial. Jika tidak maka hal tersebut telah melangar HAM.[22]

Kesejahteraan adalah salah satu aspek yang cukup penting untuk menjaga dan membina terjadinya stabilitas sosial dan ekonomi, dimana kondisi tersebut juga diperlukan untuk meminimalkan terjadinya kecemburuan sosial dalam masyarakat. maka setiap individu membutuhkan kondisi yang sejahtera, baik kondisi yang sejahtera dalam material dan dalam hal non material sehingga dapat tercapainya suasana yang harmonis dalam masyarakat.

Ada tiga asumsi dasar mengenai kesejahteraan yang berkaitan dengan asumsi-asumsi yang mendasari teori prilaku konsumen, diantaranya:

a. Setiap individu merupakan hakim terbaik atas tingkat kesejahteraan sendiri.
b. Jika seseorang lebih menyukai a dari pada b, maka ia akan lebih sejahtera memiliki a daripada b, atau kondisinya akan lebih baik jika ia akan mendapatkan a dari pada b.
c. Setiap individu bertindak sesuai profesinya sendiri, ia akan memilih apa yang dinilainya lebih baik.

Pada dasarnya kesejahteraan terdiri atas dua yaitu:

[22] Ikhwan Abidin Basri, *Islam dan Pembangunan Ekonomi*, (Jakarta : Gema Insanai Press, 2005), hlm. 24

a. Kesejahteraan perorangan

Kesejahteraan perorangan adalah kesejahteraan yang menyangkut kejiwa perorangan yang diakibatkan oleh pendapatan kemakmuran dan faktor-faktor ekonomi lainnya.

b. Kesejahteraan masyarakat

Kesejahteraan masyarakat adalah kesejahteraan semua perorangan secara keseluruhan anggota masyarakat. Dalam hal ini kesejahteraan yang dimaksudkan adalah kesejahteraan masyarakat.

2. Pengertian Kesejahteraan Menurut Para Ahli

a. Harold L. Wilensky dan Charles N. Lebeaux

Kesejahteraan sosial adalah suatu sistem yang teroganisir dari usaha-usaha pelayanan sosial dan lembaga-lembaga sosial, untuk membantu individu – individu dan kelompok dalam mencapai tingkat hidup serta kesehatan yang memuaskan.

b. Walter A. Friendlander

Kesejahteraan sosial adalah suatu sistem yang teroganisir dari usaha-usaha pelayanan-pelayanan sosial dan lembaga-lembagasosial yang bermaksud untuk membantu individu-individu dalam kelompok-kelompok dalam mencapai standar kehidupan dan kesehatan yang memuaskan, serta hubungan-hubungan perorangan

dan sosial yang memungkinkan mereka memperkembangkan segenap kemampuan dan meningkatkan kesejahteraan mereka selaras dengan kebutuhan-kebutuhan keluarga maupun masyarakat.

c. Alferd J. Khan

Kesejahteraan terdiri dari program-program yang tersedia selain yang tercakup dalam kriteria pasar untuk menjamin suatu tindakan kebutuhan dasar seperti kesahatan, pendidikan kesejahteraan,dengan tujuan meningatkan derajat kehidupan komunal dan berfungsinya individual.[23]

3. Kesejahteran Sosial

Menurut Arthur Dubham,[24] kesejahteraan sosial didefenisikan sebagai kegiatan yang terorganisasi dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan dari segi sosial melalui pemberian bantuan kepada orang untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan didalam beberapa bidang seperti kehidupan keluarga dan anak, kesehatan, penyesuaian Sosial, waktu sengga, standar-standar kehidupan hubungan-hubungan sosial.

Menurut Undang-Undang No. 11 tahun 2009, kesejahteraan sosial adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan material, spiritual dan sosial warga negara agar dapat hidup layak dan mampu

[23] http//www.PengertianKesejahteraan.com. diakses pada 05-Mei-2018.

[24] Sekretariat Jendral MPR RI, *Panduan Permasyarakatan Undang-Undang Negara Republik Indonesia Tahun 1945 dan Ketetapan MPR RI Edisi Revisi,* (Jakarta, 2009), hlm 198-199

mengembangkan diri, sehingga sehingga dapat menggunakan fungsi sosialnya.

Menurut Undang-Undang No. 6 tahun 1974, tentang ketentuan pokok kesejahteraan sosial, pasal 2 ayat 1 yang berbunyi "kesejahteraan sosial adalah suatu tata kehidupan dan penghidupan sosial matrial maupun spiritual yang diliputi oleh rasa keselamatan, kesusilaan dan ketentraman lahir batin, yang memungkinkan bagi setiap warga negara untuk mengadakan usaha untuk pemenuhan kebutuhan-kebutuhan jasmaniah, rohaniah, dan sosial yang sebaik-baiknya".

4. Kesejahteraan Ekonomi

Kesejahteraan ekonomi adalah cabang ilmu ekonomi yang menggunakan teknik ekonomi mikro untuk menentukan secara serempak efesiensi alokasi dari ekonomi makro dan akibat distribusi pendapatan yang saling berhubungan.[25]

Kegiatan ekonomi merupakan kegiatan yang tidak terlepas dari pasar. Pada dasarnya kegiatan ekonomi lebih mementingkan sebuah keuntungan bagi pelaku ekonomi dari pasar tersebut. Sehingga sangat sulit dalam menemukan ekonomi yang dapat mensejahterakan apabila dilihat dari mekanisme pasar yang ada. Kesejahteraan ekonomi terbagi atas:

[25] Lincoin Arsyat, Msc, *Ekonomi Mikro,* (Jakarta : Gema Press, 1999), hlm. 23

a. Kesejahteraan ekonomi konvensional

Kesejahteraan ekonomi konvensional hanya menekankan pada kesejahteraan material, dengan mengabaikan kesejahteraan spiritual dan moral.

b. Kesejahteraan ekonomi syariah

Kesejahteraan ekonomi syariah bertujuan mencapai kesejahteraan manusia secara menyeluruh, yaitu kesejahteraan material, spiritual dan moral. Konsep ekonomi kesejahteraan syariah bukan saja berdasarkan manifestasi nilai ekonomi, tetapi juga nilai moral dan spiritual, nilai sosial dan nilai politik Islam.

Waqar Ahmad Husain,[26] sebagai kesejahteraan sosisal Islam, sebagai kesejahteraan ekonomi Islam merumuskan tujuan dan obyek-obyek ekonomi, prinsip-prinsip, dan kriteria bagi kesejahteraan ekonomi individu maupun masyarakat. Waqar Ahmad Husain yang menyatakan bahwa kesejahteraan ekonomi bukan merupakan ukuran, tetapi merupakan alat penting agar ia dapat mencapai kesejahteraan total.

Prinsip-prinsip mengenai fungsi kesejahteraan ekonomi Islam, secara singkat dapat dikemukakan sebagai berikut :

a. Pemilikan Allah terhadap alam semesta.

[26] Dominick Salvatone,*Teori Mikro Ekonomi*, (Jakarta : Erlangga,2009), hlm.56

b. Aktivitas ekonomi Islam didasarkan pada prinsip persaudaraan, persamaan dan perwalian ekonomi.

c. Ekonomi Islam didasarkan pada kesadaran, saling membantu. Allah SWT menciptakan perbedaan dan tujuan, keberanian, perbedaan-perbedaan ini merupakan dasar kehidupan ekonomi, sehingga seorang manusia bergantung pada lainnya untuk dapat memuaskan kebutuhan ekonominya.

5. Prinsip dan Faktor Kesejahteraan

a. Prinsip kesejahteraan

1. Kepentingan masyarakat yang lebih luas harus didahulukan dari kepentingan individu.
2. Melepaskan kesulitan harus dipayoritaskan dibanding memberi manfaat.
3. Kerugian yang besar tidak dapat diterima untuk menghilangkan yang lebih kecil. Sedangkan manfaat yang lebih kecil dapat dikorbankan untuk mendapat manfaat yang lebih besar.

b. Faktor kesejahteraan

Kesejahteraan individu dalam kerangka etika Islam diakui selama tidak bertentangan dengan kepentingan sosial yang lebih besar atau sepanjang individu iti tidak melangkahi hak-hak orang lain. Menurut Al-quran faktor kesejahteraan terdiri dari:

1. Keadilan dan persaudaraan yang menyeluruh.

2. Nilai-nilai sistem perekonomian.
3. Keadilan distribusi pendapatan.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kesejahteraan kesejahteraan diantaranya adalah.[27]

1. Komposisi umur penduduk.
2. Distribusi pendapatan masyarakat.
3. Pola pengeluaran masyarakat.
4. Komposisi pendapatan nasional.
5. Jumlah masa lapang yang dinikmati masyarakat.
6. Perubahan-perubahan dalam keadaan pegangguran.

6. Fungsi Kesejahteraan

Dalam meningkatkan kesejahteraan sosial, Imam Al-Ghazali mengelompokkan dan mengidentifikasi semua masalah baik yang berupa masalah (*utilitas*, manfaat) maupun mafasit (*diutilitas*, kerusakan) dalam meningkatkan kesejahteraan tersebut dalam rangka hirarki kebutuhan individu dan sosial tergantung kepada pencarian dan pemeliharan lima tujuan besar :

a. Agama.
b. Hidup atau jiwa.
c. Keluarga atau keturunan.
d. Harta atau kekayaan.

[27]Sadono, Sakirno, *Ekonomi Pembangunan*: *Proses Masalah, dan Dasar Kebijakan,* (Jakarta : Kencana, 2007), hlm.58

e. Intelek atau akal

Imam Al-Ghazali mengidentifikasikan aspek ekonomi dari fungsi kesejahteraan sosial dalam kerangka sebuah hirarki *utilitas* individu dan sosial yang *tripartite* (tiga pihak)meliputi: kebutuhan, kenyamanan dan kemewahan.

F. Landasan Syariah Mengenai Kesejahteraan

Menurut Al-Ghazali kegiatan ekonomi sudah menjadi bagian dari kewajiban sosial masyarakat yang telah ditetapkan oleh Allah SWT, jika hal itu tidak dipenuhi maka kehidupan umat manusia akan binasa, selain itu ada tiga rumusan Al-Ghazali mengapa manusia harus dilakukan aktifitas ekonomi yaitu:

1. Untuk memenuhi kebutuhan hidup masing-masing ummat.
2. Untuk menciptakan kesejahteraan hidup ummat.
3. Untuk membantu orang yang sedang membutuhkan.

Tiga poin diatas jelas membuktikan bahwa kesejahteraan seseorang akan terwujud jika kebutuhannya terpenuhi yaitu bersifat materi.[28]Al-quran telah menyinggung mengenai indikator kesejahteraan menurut Islam dalam QS Al-Qurais ayat 3-4 yang berbunyi**:**

فَلْيَعْبُدُوا رَبَّ هَذَا الْبَيْتِ (٣) الَّذِي أَطْعَمَهُمْ مِنْ جُوعٍ وَآمَنَهُمْ مِنْ خَوْفٍ(٤)

[28] Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2012), hlm 61

> *"maka hendaklah mereka menyembah rabb rumah ini, yang telah memberi makanan kepada mereka untuk menghilangkan lapar dan mengamankan mereka dari ketakutan"*

Berdasarkan ayat diatas dapat dilihat bahwa indikator kesejahteraan itu terdiri dari tiga indikator yaitu:

Pertama, Ketergantungan penuh terhadap pemilik alam semesta yaitu Allah SWT.*Kedua,* Hilangnya rasa lapar atau terpenuhinya kebutuhan kosumsi*Ketiga,* Terciptanya rasa aman, nyaman dan damai.

QS. Al-A'raf :10

وَلَقَدْ مَكَّنَّاكُمْ فِي الأَرْضِ وَجَعَلْنَا لَكُمْ فِيهَا مَعَايِشَ قَلِيلا مَا تَشْكُرُونَ(١٠)

> *"Dan sungguh, Kami telah menempatkan kamu sekalian di muka bumi dan Kami adakan bagi kalian di muka bumi itu* (sumber) *penghidupan. (tetapi) sedikitlah sekali kalian bersyukur".*

Pada ayat di atas dapat disimpulkan bahwa pada hakikatnya Allah telah memberikan kesejahteraan hidup berupa kebutuhan hidup manusia yang tidak akan terhitung seberapa besar dan banyaknya nikmat yang telah Allah berikan.

BAB III

METEDOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian lapangan (*field reseach*) yang dititik beratkan pada pengaruh penjualan*multi level marketing*produk HNI terhadap kesejahteraan anggota menurut perspektif ekonomi Islam, dimana pengumpulan data lansung di lokasi penelitian yang sifatnya kuantitatif dengan pendekatan korelasional.

Penelitian korelasional yaitu penelitian yang dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara dua atau beberapa variabel.[29] Hal ini karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penjualan *multi level marketing* (X) terhadap kesejahteraan anggota (Y) di Kelurahan Pakan Labuah.

B. Lokasi dan waktu penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan secara sengaja. Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Pakan Labuah Aur Birugo Tigo Baleh yang dilakukan kepada anggota HNI.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai dari bulan April – Agustus 2018

---

[29] Suahrsimi Arikanto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta : Rineka Cipta,2000), hlm.326

C. Jenis dah Sumber Data

Berdasarkan jenis dan sumbernya, data dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu:

1. Data Primer

Merupakan data yang diperoleh langsung oleh peneliti melalui wawancara lansung dengan responden terpilih melalui daftar dan wawancara tidak terstruktur.

Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data primer dari anggota HNI di Kelurahan Pakan Labuah Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang mendukung permasalahan yang akan dibahas, yang diperoleh dari atau berasal dari bahan kepustakaan.[30] Dalam penelitian ini data diperoleh di Kelurahan Pakan Labuah berupa data-data yang diperlukan dalam penelitian ini.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan kesatuan yang mempunyai karakteristik yang sama dimana sampel akan kita tarik.[31] Populasi dalam penelitian

---

[30] Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi*, (Jakarta : PT Raja Grapindo Prasada, 1999), cet 1, hlm. 112-117

[31] Jonathan Sarwono, *Metodologi Riset Sripsi Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta : PT Elex Media Komputindo,2012), hlm 18

ini adalah anggota HNI di Kelurahan Pakan Labuah kabupaten Agam provinsi Sumatera Barat yang terdiri dari 178 anggota.

2. Sampel

Sampel adalah sebuah atau bagian yang kecil yang diambil dari sebuah populasi yang dapat mewakili populasi tersebut secara menyeluruh. Menurut Suharsimi Arikunto,[32] apabila objek kurang dari 100 maka yang diambil seluruhnya sampel. Selanjutnya jika objek besar dari 100 maka yang diambil 10-25%. Dari seluruh populasi yang ada maka penulis akan menggunakan rumus Slovin untuk menentukan besarnya sampel yang akan diambil.[33]

$$n = \frac{N}{1 + N.e^2}$$

dimana n = jumlah sampel

N = ukuran populasi

e = tingkat eror dalam penelitian yaitu 10%

Berdasarkan rumus Slovin tersebut, maka diperoleh besarnya sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{178}{1 + 178(0.1)^2} = \frac{178}{1 + 178(0.01)} = \frac{178}{2{,}78} = n = 61{,}97$$

[32] Suhaimi, Arikunto, *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek,* (Jakarta : Bumi Aksara,1998), hlm. 117

[33] Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam,* (Jakarta : PT Raja Grfindo Persada, 2008), hlm. 180

Dengan menggunakan rumus Slovin tersebut, didapat jumlah sampel yang akan dijadikan responden dalam penelitian sebanyak 62 orang. Untuk memudahkan peneliti dalam perhitungan jumlah anggota yang akan diteliti. Sehingga yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah 62 orang anggota HNI di Kelurahan Pakan Labuah.

Teknik pegambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *accidental sampling* merupakan prosedur *sampling* yang memilih sampel dari orang atau unit yang paling mudah di jumpai atau diakses.[34] Dalam penelitian ini penulis memilih sampel dari anggota HNI Kelurahan Pakan Labuah.

E. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara adalah proses untuk memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancara.[35] Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara informal dengan beberapa anggota HNI di Kelurahan Pakan Labuah Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh yang mempunyai keterkaitan dengan penelitian ini.

---

[34] Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam* : Pendekatan kuantitatif (Jakarta : Rajawali Pers, 2008), Ed. 1, hlm. 74

[35] Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi,* (Sidoarjo : Kencana Prenada Media Group,2001), hlm 33

b. Kuisioner

Kuisioner merupakan seperangkat daftar yang diberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan yang dibuat oleh peneliti untuk diajukan kepada responden guna mendapat pendapat, ataupun data yang diketahui responden sehubungan dengan pertanyaan atau pernyataan yang diajukan.[36] Dimana isi dari kuisioner ini berkaitan dengan masalah penelitian. Kuisioner diajukan dalam bentuk pernyataan kepada para anggota HNI di Kelurahan Pakan Labuah Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh dan dijawab secara tertulis untuk menilai tingkat penjualan*multi level marketing* terhadap kesejahteraan anggota HNI.

Untuk mempermudah responden dalam menjawab kuisioner, penulis mengajukan daftar pernyataan berupa angket yang setiap pernyataannya sudah disediakan jawaban untuk dipilih.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dan informasi melalui pencarian dan penemuan bukti-bukti, yaitu data yang diperoleh dengan mengumpulkan bahan-bahan berupa catatan, buku pedoman, serta arsip yang berkaitan dengan masalah. Dokumentasi yang berkaitan dengan masalah yang penulis teliti dalam hal ini adalah data-data mengenai anggota HNI di Kelurah Pakan Labuah.

---

[36] Afifuduin, Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta : Lembaga PenerbitFakultas Ekonomi Universitas Indonesia,2006), hlm.118

F. Instrumen Penelitian

Penggunaan intrumen yang tepat dalam seluruh penelitian merupakan kunci untuk mendapatkan data yang diinginkan dari responden, salah satu cara yang digunakan adalah dengan menyebarkan angket kepada responden. Penyusunan intrumen penelitian yang dituangkan dalam bentuk butir-butir pertanyaan atau pernyataan. Metode Skala Likert bergradiasi lima digunakan dalam butir pernyataan yang ada pada kuisioner untuk menentukan tingkat kesejahteraan anggota HNI Kelurahan Pakan Labuah Kecamatan Aur BirugoTigo Baleh.

Setiap item pernyataan dalam angket menyediakan lima pilihan pernyataan yaitu :

Tabel 3.1

Pengukuran Indikator, Persepsi, Kesadaran, Ketertarikan dan Keikutsertaan

Alternatif Jawaban	Bobot Skor
Sangat Setuju	Skala 5
Setuju	Skala 4
Netral	Skala 3
Tidak Setuju	Skala 2
Sangat Tidak Setuju	Skala 1

G. Devenisi Operasional Variabel

1. Variabel Bebas (*Indenpenden*)

Menurut Sugiono,[37] variabel bebas (*indenpenden*) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan dan timbulnya variabel terikat (*dependen*). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah penjualan *Multi Level Marketing* HNI(x).

2. Variabel Terikat (*Dependen*)

Merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas atau sering disebut sebagai variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah Kesejahtetaan Anggota (y).

H. Teknik Analisis Data

1. Uji pra-penelitian

Analisis data adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk mencari, menyusun secara sistematis sehingga mudah dipahami dan dapat diambil kesimpulan pada data yang didapat. Berikut ini analisis data yang digunakan.

a. Uji Validitas

Uji validitas instrumen dilakukan untuk mengukur tingkat kevalidtan suatu intrumen. Tinggi atau rendahnya validitas akan

[37] Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis :Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2007), hlm. 59

menunjukkan penyimpangan data yang dikumpulkan. Jika validitas tinggi, maka data yang akan menunjukkan tidak adanya penyimpangan.

Untuk menafsirkan hasil uji validitas keteria yang digunakan adalah.[38]

1. Jika nilai r hitung alpha lebih besar (>) dari nilai r tabel maka item angket dinyatakan valid dan dapat dipergunakan..
2. Jika nilai r hitung lebih kecil (<) dari nilai r tabel maka item angket dinyatakan tidak valid dan tidak dapat dipergunakan.
3. Nilai tabel r dapat dilihat pada a = 5% dan db = n-2

Setelah didapatkan keputusan soal itu valid, selanjutnya dilihat kateria penafsirannya mengenai indeks *Korelasi Product Moment* sebagai berikut.

0,81 - 1,00 : sangat tinggi

0,61 - 0,80 : tinggi

0,41 - 0,60 : cukup

0,21 - 0,40 : rendah

0,00 - 0,20 : sangat rendah

[38] Sambas Ali Muhidin, dkk, *Analisis Korelasi, Regresi dan Jalur Dalam Penelitian, (*Bandung : CV Pustaka Setia, 2009), hlm.42

b. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk mengukur tingkat keandalan suatu instrumen. Instrumen yang reabilitas menunjukkan bahwa instrumen tersebut akan mampu mengungkap data yang dipercaya. Uji reabilitas dalam penelitian ini diolah dengan menggunakan program SPSS, dengan menggunakan alat ukur ordinal. Uji reabilitas ini hanya dilakukan pada data yang dinyatakan valid. Untuk menguji reabilitas digunakan teknik *cronbach alpa* >0,60, dimana pada penguji ini menggunakan bantuan komputer program SPSS. Rumus *cronbach alpa* adalah sebagai berikut.[39]

Dengan menggunakan output yang didapat dari uji validitas dapat ditafsirkan hasil uji reliabilitas dengan keteria.

1. Jika nilai hitung alpha lebih besar (>) dari nilai r tabel maka angket dinyatakan reliabel.
2. Jika nilai hitung alpha lebih kecil (<) dari nilai r tabel maka angket dinyatakan tidak reliabel.
3. Nilai tabel r dapat dilihat pada a = 5% dan db = n-2

Setelah didapatkan keputusan soal itu reliabel, selanjutnya dilihat kateria penafsirannya sebagai berikut.[40]

---

[39] Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek,* (Jakarta : Rineka Cipta, 2006), hlm.236

[40] Sambas Ali Muhidin, dkk, *Analisis Korelasi, Regresi dan Jalur Dalam Penelitian, (*Bandung : CV Pustaka Setia, 2009), hlm.47

0,81< r11≤ 1,0 : sangat tinggi

0,61< r11≤ 0,80 : tinggi

0,41< r11≤ 0,60 : cukup

0,21< r11≤ 0,40 : rendah

0,00< r11≤ 0,20 : sangat rendah

2. Uji Regresi Linear Sederhana

Regresi linear sederhana adalah metode statistik yang berfungsi untuk menguji sejauh mana hubungan sebab akibat antara faktor penyebab (X) terhadap akibatnya. Regresi menghasilkan angka secara kuantitatif dan menghasilakn sebuah persamaan regresi yang dapat digunakan untuk estimasi dan kedudukan variabel regresi. Sedangkan korelasi hanya menguji hubungan dan variabel secara kuantitatif dan hanya menghasilkan angka bukan model.[41]

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh variabel X (penjualan) terhadap variabel Y (kesejahteraan anggota) dengan menggunakan rumus yaitu:

$$Y = a + bx$$

Dimana :

[41] Moh. Yudi Mahadianto dkk, *Parametrik Dependensi Dengan Program SPSS* (Jakarta : PT Rajagrafindo Persada)*, hlm.127*

Y = Variabel terikat (Kesejahteraan anggota)

a = Konstan

b = Koefisien regresi linear sederhana

X = Variabel bebas (Penjualan)

Sementara untuk mengetahui nilai koefisien regresi tersebut dapat dilihat pada output pengolahan data dalam program SPSS. Uji ini berfungsi untuk mengetahui apakah koefisien regresi tersebut signifikan atau tidak.

Adapun yang menjadi dasar pengambilan keputusan dalam analisis regresi dengan melihat nilai signifikan (sig) hasil output pada SPSS adalah.[42]

a. Jika nilai signifikan (sig) lebih kecil < dari probabilitas 0,05 mengandung arti bahwa ada pengaruh penjualan *multi level marketing* (X) terhadap kesejahteraan anggota (Y)
b. Jika nilai signifikan (sig) lebih besar > dari prababilitas 0,05mengandung arti bahwa tidak ada pengaruh penjualan *multi level marketing* (X) terhadap Kesejahteraan anggota (Y)

[42] Suryani Hendra, *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, (Jakarta : Prenadamedia Group, 2015), hlm.313

3. Uji t (uji persial)

Untuk melihat signifikan atau tidak, digunakan rumus T-test sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t : T-test

r : Koefisien korelasi

r^2 : Determinan

n : Jumlah sampel

Melalui uji t dengan menggunakan langkah-langkah sebagai berikut.

H0 :Secara persial tidak terdapat pengaruh signifikan dari variabel dependen

H1 :Secara persial terdapat pengaruh signifikan dari variabel indenpenden terhadap variabel dependen.

Kriteria pengambilan keputusan :

H0 diterima apabila t hitung < t tabel pada α = 5%

H1 diterima apabila t hitung > t tabel pada α = 5%

Dasar pengambilan keputusan uji t adalah sebagai berikut :

a. Jika nilai t hitung lebih besar > dari t tabel maka ada pengaruh penjualan *multi level marketing* (X) terhadap kesejahteraan anggota (Y).
b. Sebaliknya, jika nilai t hitung lebih kecil < dari t tabel maka tidak ada pengaruh penjualan *multi level marketing* (Y) terhadap kesejahteraan anggota (Y).

4. Kofesien Korelasi Sederhana

Tujuan analisis korelasi adalah untuk mengetahui derajat hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Rumus yang digunakan adalah korelasi *person product moment* (PPM), yaitu :[43]

$$r_{xy} = \frac{n(\Sigma XY) - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{n(\Sigma X^2) - (\Sigma X)^2 . [n(\Sigma Y^2) - (\Sigma Y)^2}}$$

Dimana:

r_{xy} = Indeks Koefisien "r" *product moment*

XY = Jumlah hasil perkalian X dan Y

X = Jumlah X.

Y = Jumlah Y.

n = Jumlah sampel.

[43] Sambas Ali Muhiddin, *Analisis Korelasi, Regresi dan Jalur dalam Penelitian* (Bandung : CV Pustaka Setia, 2009), hlm.125

Korelasi *pearson product moment* dilambangkan (r) dengan ketentuan nilai r tidak lebih dari harga ($-1 \leq r \leq +1$). Artinya apabila r = -1 artinya korelasinya negatif sempurna. r = 0 artinya tidak ada korelasi dan r = 1 berarti korelasinya positif.

Tingkat korelasi dan kekuatan hubungan adalah sebagai berikut :[44]

0,80 - 1,00	: sangat kuat
0,60 - 0,799	: kuat
0,40 - 0,599	: cukup kuat
0,20 - 0,399	: rendah
0,00 - 0,199	: sangat rendah

5. Koefisien Determinan (r^2)

Koefisien determinan digunakan untuk melihat besarnya kontribusi variabel X terhadap variabel Y. Nilai koefisien determinan antara 0 sampai 1. Semakin besar nilai koefisien determinasi, maka semakin baik kemampuan variabel independen menerangkan variabel dependen. Jika dideterminan (R^2) semakin besar (mendekati satu), bahwa dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel independen adalah besar terhadap variabel dependen. Hal ini berarti, model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel indenpenden yang diteliti terhadap variabel dependen.

[44] Ridwan, *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Muda*, (Bandung : Alfabeta, 2004), hlm.138

Sebaliknya jika diterminan koefisien (R^2) semakin kecil (mendekati nol), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel indenpenden terhadap variabel dependen semakin kecil. Dengan demikian baik atau buruknya suatu persamaan regresi ditentukan oleh R^2.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Pusat Stokis HNI Laa Raiba Kelurahan Pakan Labuah Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh Kota Bukittinggi Provinsi Sumatera Barat

1. Sejarah

Pusat stokis HNI Laa raiba adalah pusat stokis yang menyediakan semua jenis produk HNI, mulai dari kebutuhan harian, obat-obatan herbal, kosmetik herbal dan juga jilbab HNI. Tidak hanya Pusat stokis HNI, karena pusat stokis HNI Laa Raiba letaknya yang strategis dan ramai dengan anak-anak sekolah Sekolah Dasar, pusat stokis HNI Laa Raiba juga menyediakan perlengkapan sekolah, pakaian muslim dan lain-lain sebagainya.

Awalnya dimulai dengan ketertarikan terhadap produk HNI, lalu dia lansung mendaftar menjadi anggota HNI dengan tujuan untuk hijrah ke produk yang berkualitas terbaik dan juga mempunyai keinginan untuk menghijrahkan masyarakat ke produk HNI tersebut, di mulai dengan dia kosumsi, dipasarkan di Sekolah tempat dia mengajar, dipasarkan ke tetangga-tetangga dan membuat postingan di sosial media.

Seiring berkembangnya anggota di jaringannya dan juga sudah memiliki banyak pelanggan, maka pada tahun 2017 diresmikan dibuka

pusat stokis HNI di Kelurahan Pakan Labuah Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh Kota Bukittinggi bertepatan dekat dengan keramaian sehingga mudah dijangkau pangsa pasar. Seiring berjalannya waktu pusat stokis HNI Laa Raiba semakin berkembang karena bisa memenuhi permintaan konsumen dan juga semakin lengkapnya isi pusat stokis HNI Laa Raiba.

2. Letak Pusat Stokis HNI Laa Raiba

Pusat stokis HNI Laa Raiba berlokasi diperkarangan mesjid Jami' Tigo Baleh Kota Bukittinggi. Di Mesjid Jami' Tigo Baleh memiliki empat petak toko berderetan. Pusat stokis Laa Raiba terletak di petak pertama ketika memasuki perkarangan mesjid Jami', Pusat stokis Laa Raiba memiliki panjang toko empatmeter dan lebar tiga setenggah meter. Secara gambaran umum lokasi pusat stokis Laa Raiba bisa dilihat secara geografisnya berada diantara :

Sebelah kanan : Toko Herbal, Minimarket, Rumah Garin dan Mesjid Jami' Tigo Baleh

Sebelah Kiri : Jalan Raya Tigo Baleh

Di depan : Perkarangan Mesjid Jami' Tigo Baleh

Di belakang : Kolam

3. Keadaan Ekonomi

Keadaan ekonomi pusat stokis HNI Laa Raiba saat ini normal, dimana aktivitas jual beli di pusat stokis HNI Laa Raiba berjalan dengan lancar atau bisa dibilang semakin hari penjualan produk HNI

semakin naik. Dalam satu bulan pusat stokis HNI Laa Raiba bisa mencapai jual beli empat puluh juta hingga enam puluh lima juta perbulannya.

Selain keadaan yang membaik tentunya masih ada permasalahan yang dihadapi oleh pusat stokis HNI Laa Raiba yaitu masih kecilnya toko yang ada saat ini, sehingga tidak bisa menampung barang yang begitu banyak dan barang-barang yang ada stoknya di pusat stokis HNI Laa Raiba kurang tertata dengan rapi.

4. Visi dan Misi

a. Visi

Menjadi Pusat stokis halal berkualitas yang dapat dipercaya anggota HNI dan masyarakat luas.

b. Misi

i. Memberikan pelayanan yang prima kepada anggota untuk menjalankan bisnis HNI.

ii. Menjadi wadah perjuangan penyediaan produk halal bagi Umat Islam.

iii. Menghasilkan pengusaha-pengusaha muslim yang dapat dibanggakan, baik sebagai pemasar, pembangun jaringan maupun produsen.

B. Karakteristik Responden

Bab ini membahas mengenai analisis data dan hasil penelitian yang berkaitan tentang Pengaruh Penjualan *Multi Level Marketing* Herbal Network Internasional Terhadap Kesejahteraan Anggota Menurut Perspektif Ekonomi Islam. Secara rinci bab ini akan membahas tentang tinjauan deskriptif responden, pengaruh antar variabel, pengujian Hipotesis serta pembahasan, kuisioner telah disebarkan mulai dari tanggal 26 Juli – 1 Agustus 2018 kepada 62 responden yaitu kepada anggota HNI yang aktif menjalankan bisnis HNI di Keluraha Pakan Labuah, maka akan diperoleh karakteristik responden seperti berikut :

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Pangkat

Berdasarkan penelitian yang dilakukan maka diperoleh data tentang kepangkatan responden dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut :

Tabel 4.1

Karakteristik responden berdasarkan pangkat

No	Jenis Pangkat	Jumlah	Persentase (%)
1	Anggota Biasa	38	61
2	Manager	16	27
3	Senior Manager	5	8
4	Director	2	3
5	Senior Director	1	1
Jumlah		**62**	**100**

Sumber : Hasil Penelitian Lapangan 2018

Berdasarkan tabel 4.1 di atas memperlihatkan bahwa dari 62 responden terdapat 61% adalah anggota biasa, 27 % manager, 8% senior manager, 3% direktur, dan 1% senior direktur. Hal tersebut memperlihatkan bahwa karakteristik responden anggota biasa lebih banyak dari pada responden lainnya dalam menjalankan bisnis HNI.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Berikut ini dikemukan tabel karakteristik responden berdasarkan pendapatan diklasifikasikan kedalam lima kelompok seperti yang tercantum dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 4.2

Karakteristik responden berdasarkan rata-rata pendapatan penjualan *multi level marketing*

No	Pangkat	Pendapatan
1	Anggota Biasa	60.000
2	Manager	455.000
3	Senior Manager	565.000
4	Direktur	3.740.000
5	Senior Direktur	4.250.000

Sumber:Hasil Penelitian Lapangan 2018

Dari tabel 4.2 diatas karakteristik responden berdasarkan pendapatan menunjukan bahwa responden yang berpangkat anggota biasa memiliki pendapatan rata-rata Rp60.000,00/bulan, manager Rp445.000,00/bulan, senior manager Rp565.000,00/bulan, direktur Rp3.740.000,00/bulan dan senior direktur Rp4.250.000,00/bulan. Hal

tersebut memperlihatkan bahwa semakin tinggi pangkat anggota atau semakin berkembangnya jaringan anggota akan bertambah besarnya pendapatan anggota.

c. Jawaban Responden

Tabel 4.3.1

Tanggapan responden terhadap penjualan

***multi level marketing* (X)**

No	Penyataan	Jawaban					
		SS	S	N	TS	STS	Jumlah
1	Dalam memasarkan produk anggota yang mempunyai stokis lebih mudah dalam meningkatkan pendapatan.	32	25	5	0	0	62
2	Saya yakin dengan kualitas produk yang saya pasarkan.	43	18	1	0	0	62
3	Dalam memasarkan produk saya memiliki kemampuan dan pengetahuan yang cukup untuk menerangkan kepada calon member dan konsumen.	11	33	17	1	0	62
4	Dengan adanya bonus penjualan dan bonus membina jaringan saya	18	36	6	2	0	62

	merasa lebih bersemangat dalam menjalankan bisnis *multi level markering* HNI ini.						
5	Saya tertarik berbisnis *multi level marketing* HNI ini, bukan hanya alasan untuk mendapatkan keuntungan semata, namun juga tertarik dengan nilai-nilai syariah yang diterapkan.	25	34	3	0	0	62
6	Saya senang menjadi anggota HNI karena harga jual barang untuk anggota telah di tetapkan oleh perusahaan dan tidak ada biaya tambahan (*mark up*).	17	39	6	0	0	62
7	Apabila penjualan sedikit atau tidak mengalami peningkatan anggota tetap bersyukur kepada Allah SWT.	16	40	6	0	0	62
8	Jika produk HNI mudah diterima oleh masyarakat maka dapat meningkatkan hasil pendapatan.	16	34	12	0	0	62
9	Sebagian besar anggota HNI di Pakan Labuah aktif dalam memasarkan	3	31	27	1	0	62

	produk.						
10	Anggota baru mengalami kesulitan dalam memasarkan produk.	19	27	15	1	0	62
11	Pendapatakan yang didapatkan dari penjualan produk tidak lupa disisihkan untuk bersedekah.	12	28	20	2	0	62
12	Tujuan dalam memasarkan produk HNI untuk menghijrahkan masyarakat ke produk halal dan juga baik.	24	25	13	0	0	62

Berdasarkan tabel 4.3.1 diatas dapat dilihat bahwa pada pernyataan yang menyatakan dalam memasarkan produk anggota yang mempunyai stokis lebih mudah dalam meningkatkan pendapatan. Maka responden yang menyatakan sangat tidak setuju dengan jumlah 0 responden atau 0%, yang menyatakan tidak setuju 0 responden atau 0%, yang menyatakan netral 5 responden atau 8%, yang menyatakan setuju 25 responden atau 40%, dan yang menyatakan sangat setuju dengan jumlah 32 responden atau 52%.

Pernyataan yang menyatakan Saya yakin dengan kualitas produk yang saya pasarkan. Maka yang menyatakan sangat tidak setuju 0 responden atau 0%, yang menyatakan tidak setuju 0 responden atau 0%, yang menyatakan netral 1 responden atau 2%, yang menyatakan setuju 18

responden atau 29%, yang menyatakan sangat setuju 43 responden atau 69%.

Pernyataan yang menyatakandalam memasarkan produk saya memiliki kemampuan dan pengetahuan yang cukup untuk menerangkan kepada calon member dan konsumen. Maka yang menyatakan sangat tidak setuju 0 responden atau 0%, yang menyatakan tidak setuju 1 responden atau 2%, yang menyatakan netral 17 responden atau 27%, yang menyatakan setuju 33 responden atau 53%, yang menyatakan sangat setuju 11 responden atau 18%.

Pernyataan yang menyatakan dengan adanya bonus penjualan dan bonus membina jaringan saya merasa lebih bersemangat dalam menjalankan bisnis *multi level markering* HNI ini. Maka yang menyatakan sangat tidak setuju 0 responden atau 0%, yang menyatakan tidak setuju 2 responden atau 3%, yang menyatakan netral 6 responden atau 10%, yang menyatakan setuju 36 responden atau 58%, yang menyatakan sangat setuju 18 responden atau 29%.

Pernyataan yang menyatakan Saya tertarik berbisnis *multi level marketing* HNI ini, bukan hanya alasan untuk mendapatkan keuntungan semata, namun juga tertarik dengan nilai-nilai syariah yang diterapkan.Maka yang menyatakan sangat tidak setuju 0 responden atau 0%, yang menyatakan tidak setuju 0 responden atau 0%, yang menyatakan netral 3 responden atau 5%, yang menyatakan setuju 34 responden atau 55%, yang menyatakan sangat setuju 25 responden atau 40%.

Pernyataan yang menyatakan Saya senang menjadi anggota HNI karena harga jual barang untuk anggota telah di tetapkan oleh perusahaan dan tidak ada biaya tambahan (*mark up*).Maka yang menyatakan sangat tidak setuju 0 responden atau 0%, yang menyatakan tidak setuju 0 responden atau 0%, yang menyatakan netral 6 responden atau 10%, yang

menyatakan setuju 39 responden atau 63%, yang menyatakan sangat setuju 17 responden atau 27%.

Pernyataan yang menyatakan apabila penjualan sedikit atau tidak mengalami peningkatan anggota tetap bersyukur kepada Allah SWT. Maka yang menyatakan sangat tidak setuju 0 responden atau 0%, yang menyatakan tidak setuju 0 responden atau 0%, yang menyatakan netral 6 responden atau 10%, yang menyatakan setuju 40 responden atau 64%, yang menyatakan sangat setuju 17 responden atau 26%.

Pernyataan yang menyatakan jika produk HNI mudah diterima oleh masyarakat maka dapat meningkatkan hasil pendapatan.Maka yang menyatakan sangat tidak setuju 0 responden atau 0%, yang menyatakan tidak setuju 0 responden atau 0%, yang menyatakan netral 12 responden atau 19%, yang menyatakan setuju 34 responden atau 55%, yang menyatakan sangat setuju 16 responden atau 26%.

Pernyataan yang menyatakan sebagian besar anggota HNI di Pakan Labuah aktif dalam memasarkan produk.Maka yang menyatakan sangat tidak setuju 0 responden atau 0%, yang menyatakan tidak setuju 1 responden atau 2%, yang menyatakan netral 27 responden atau 43%, yang menyatakan setuju 40 responden atau 64%, yang menyatakan sangat setuju 3 responden atau 5%.

Pernyataan yang menyatakan anggota baru mengalami kesulitan dalam memasarkan produk.Maka yang menyatakan sangat tidak setuju 0 responden atau 0%, yang menyatakan tidak setuju 1 responden atau 2%, yang menyatakan netral 15 responden atau 24%, yang menyatakan setuju 27 responden atau 43%, yang menyatakan sangat setuju 19 responden atau 31%.

Pernyataan yang menyatakan pendapatakan yang didapatkan dari penjualan produk tidak lupa disisihkan untuk bersedekah.Maka yang menyatakan sangat tidak setuju 0 responden atau 0%, yang menyatakan

tidak setuju 2 responden atau 3%, yang menyatakan netral 20 responden atau 32%, yang menyatakan setuju 28 responden atau 45%, yang menyatakan sangat setuju 12 responden atau 20%.

Pernyataan yang menyatakan tujuan dalam memasarkan produk HNI untuk menghijrahkan masyarakat ke produk halal dan juga baik.Maka yang menyatakan sangat tidak setuju 0 responden atau 0%, yang menyatakan tidak setuju 0 responden atau 0%, yang menyatakan netral 13 responden atau 21%, yang menyatakan setuju 25 responden atau 40%, yang menyatakan sangat setuju 24 responden atau 39%.

Tabel 4.3.2

Tanggapan responden terhadap kesejahteraan anggota (Y)

No	Pernyataan	Jawaban					
		SS	S	N	TS	STS	Jumlah
1	Kesejahteraan anggota dapat dilihat dari banyaknya produk yang terjual dan banyaknya *member* yang aktif.	29	25	8	0	0	62
2	Semenjak menjadi anggota HNI saya merasa ada perubahan dalam ekonomi.	9	23	27	3	0	62
3	Anggota tingkat atas (*upline*) melakukan pembinaan yang cukup kepada anggota baru (*downline*).	3	35	24	0	0	62
4	Anggota HNI kelurahan Pakan Labuah merasa sejahtera dengan adanya	6	31	25	0	0	62

	sistem *multi level marketimg* syariah.						
5	Dari keuntungan hasil penjulan produk HNI anggota dapat menabungkan sebagian uangnya.	8	19	35	0	0	62
6	Jika hasil penjualan produk HNI meningkat maka anggota meningkatkan jumlah tabungannya.	6	29	25	2	0	62
7	Dalam setiap bulan jumlah anggota baru HNI mengalami peningkatan.	19	33	10	0	0	62
8	Sumber penghasilkan utama didapatkan dari penjualan produk HNI.	0	8	30	24	0	62

Berdasarkan tabel 4.3.2 diatas dapat dilihat bahwa pada pernyataan yang menyatakan kesejahteraan anggota dapat dilihat dari banyaknya produk yang terjual dan banyaknya *member* yang aktif. Maka responden yang menyatakan sangat tidak setuju dengan jumlah 0 responden atau 0%, yang menyatakan tidak setuju 0 responden atau 0%, yang menyatakan netral 8 responden atau 13%, yang menyatakan setuju 25 responden atau 40%, dan yang menyatakan sangat setuju dengan jumlah 29 responden atau 47%.

Pernyataan yang menyatakansemenjak menjadi anggota HNI saya merasa ada perubahan dalam ekonomi.Maka yang menyatakan sangat tidak setuju 0 responden atau 0%, yang menyatakan tidak setuju

3responden atau 5%, yang menyatakan netral 27 responden atau 44%, yang menyatakan setuju 23 responden atau 37%, yang menyatakan sangat setuju 9 responden atau 14%.

Pernyataan yang menyatakan anggota tingkat atas (*upline*) melakukan pembinaan yang cukup kepada anggota baru (*downline*). Maka yang menyatakan sangat tidak setuju 0 responden atau 0%, yang menyatakan tidak setuju 0 responden atau 0%, yang menyatakan netral 24 responden atau 39%, yang menyatakan setuju 35 responden atau 56%, yang menyatakan sangat setuju 3 responden atau 5%.

Pernyataan yang menyatakan anggota HNI kelurahan Pakan Labuah merasa sejahtera dengan adanya sistem *multi level marketing* syariah. Maka yang menyatakan sangat tidak setuju 0 responden atau 0%, yang menyatakan tidak setuju 0 responden atau 0%, yang menyatakan netral 25 responden atau 40%, yang menyatakan setuju 31 responden atau 50%, yang menyatakan sangat setuju 6 responden atau 10%.

Pernyataan yang menyatakan dari keuntungan hasil penjulan produk HNI anggota dapat menabungkan sebagian uangnya.Maka yang menyatakan sangat tidak setuju 0 responden atau 0%, yang menyatakan tidak setuju 0 responden atau 0%, yang menyatakan netral 35 responden atau 56%, yang menyatakan setuju 19 responden atau 31%, yang menyatakan sangat setuju 8 responden atau 13%.

Pernyataan yang menyatakan jika hasil penjualan produk HNI meningkat maka anggota meningkatkan jumlah tabungannya. Maka yang menyatakan sangat tidak setuju 0 responden atau 0%, yang menyatakan tidak setuju 2 responden atau 3%, yang menyatakan netral 25 responden atau 40%, yang menyatakan setuju 29 responden atau 47%, yang menyatakan sangat setuju 6 responden atau 10%.

Pernyataan yang menyatakan dalam setiap bulan jumlah anggota baru HNI mengalami peningkatan.Maka yang menyatakan sangat tidak

setuju 0 responden atau 0%, yang menyatakan tidak setuju 0 responden atau 0%, yang menyatakan netral 10 responden atau 16%, yang menyatakan setuju 33 responden atau 53%, yang menyatakan sangat setuju 19 responden atau 31%.

Pernyataan yang menyatakan sumber penghasilkan utama didapatkan dari penjualan produk HNI.Maka yang menyatakan sangat tidak setuju 0 responden atau 0%, yang menyatakan tidak setuju 24 responden atau 39%, yang menyatakan netral 30 responden atau 48%, yang menyatakan setuju 8 responden atau 13%, yang menyatakan sangat setuju 0 responden atau 0%.

C. Hasil Penelitian

1. Hasil Uji Validitas

Analisis validitas berfungsi untuk menentukan seberapa valid suatu item pernyataan mengukur variabel yang diteliti, instrumen yang masih memiliki validitas yang tinggi, intrumen dapat dikatakan sahih apabila data tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.[45]

Hasil analisis program SPSS ditunjukan dengan membandingkan *Product Moment*. Jika nilai korelasi antar item > 0,246 maka item tersebut dianggap valid. Uji validitas dapat dilakukan dengan menggunakan program SPSS terdapat pada tabel 4.4.1 berikut:

[45] Sambas Ali Muhidin, *Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur dalam Penelitian*, (Bandung : Pusat Setia, 2009), hlm.42

Tabel 4.4.1

Hasil Uji Validitas untuk Variabel X

No Item	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keterangan
1	0.252	0.246	VALID
2	0.574	0.246	VALID
3	0.398	0.246	VALID
4	0.564	0.246	VALID
5	0.668	0.246	VALID
6	0.579	0.246	VALID
7	0.578	0.246	VALID
8	0.584	0.246	VALID
9	0.415	0.246	VALID
10	0.527	0.246	VALID
11	0.718	0.246	VALID
12	0.730	0.246	VALID

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan 2018 (data diolah).

Berdasarkan tabel 4.4.1 di atas, pengujian validitas dimulai 12 item pernyataan yang ada, ditemukan semua item pernyataan dari item 1 sampai item 12 valid. Dari hasil uji validitas diperoleh semua nilai korelasi masing-masing lebih besar dari nilai korelasi kritis atau 0,246. Dengan demikian semua item pernyataan dapat digunakan untuk pengujian lebih lanjut.

Tabel 4.4.2

Hasil Uji Validitas untuk Variabel Y

No Item	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keterangan
1	0.357	0.246	VALID
2	0.723	0.246	VALID
3	0.523	0.246	VALID
4	0.629	0.246	VALID
5	0.660	0.246	VALID
6	0.775	0.246	VALID
7	0.306	0.246	VALID
8	0.566	0.246	VALID

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan 2018 (data diolah).

Berdasarkan tabel 4.4.2 di atas, pengujian validitas dimulai 8 item pernyataan yang ada, ditemukan semua item pernyataan dari item 1 sampai item 8 valid. Dari hasil uji validitas diperoleh semua nilai korelasi masing-masing lebih besar dari nilai korelasi kritis atau 0,246. Dengan demikian semua item pernyataan dapat digunakan untuk pengujian lebih lanjut

2. Hasil Uji Reabilitas

Uji reabilitas adalah suatu uji yang menunjukan sejauh mana pengukuran itu dapat memberikan hasil yang relatif tidak beda dilakukan pengulangan pengukuran terhadap subjek yang sama. Uji ini hanya dapat dilakukan pada pernyataan-pernyataan yang valid saja.

Pengujian reabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus alpha atau *Cronbach's Alpha* lebih dari 0.60.[46]

Hasil analisis reabilitas terhadap masing-masing instrumen penelitian diketahui bahwa koefisien Cronbach's Alpha dari masing-masing variabel dapat dilihat dari tabel 4.5.1 hasil dari pengelolaan SPSS di bawah ini :

Tabel 4.5.1

Hasil Uji Reabilitas untuk Variabel X

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.787	12

Sumber :Hasil Penelitian Lapangan 2018 (data diolah).

Berdasarkan tabel 4.5.1 hasil pengolahan data untuk uji reabilitas variabel X maka terlihat pada tabel di atas bahwa variabel X memiliki koefisien reabilitas dilihat dari Cronbach's Alpha pada tabel Reliability Statistics. Koefisien reliability sebesar 0,787 lebih besar dari kriteria standar minimal nilai reabilitas yaitu 0,60 (0,787 > 0.60) berarti bahwa instrumen sudah reliabel.

[46] Sambas Ali Muhidin, dkk, *Analisis Korelasi,Regresi dan Jalur dalam Penelitian, (Bandung : CV Pustaka Setia, 2009), hlm.47*

Tabel 4.5.2

Hasil Uji Reabilitas untuk Variabel Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.703	8

Sumber :Hasil Penelitian Lapangan 2018 (data diolah).

Berdasarkan tabel 4.5.2 hasil pengolahan data untuk uji reabilitas variabel Y maka terlihat pada tabel di atas bahwa variabel Y memiliki koefisien reliabilitas terlihat dari Cronbach's Alpha pada tabel Reliability Statistics. Koefisien reliability sebesar 0,703 lebih besar dari kriteria standar minimal nilai reabilitas yaitu 0,60 (0.703 > 0.60) berarti bahwa instrumen sudah reliabel.

3. **Hasil Uji Regresi Linear Sederhana**

Analisis hasil uji regresi linear sederhana digunakan untuk melihat pengaruh variabel indenpenden terhadap pengaruh dependen dan sekaligus dalam rangka membuktikan potesis yang diajukan dalam penelitian. Persamaan regresi sederhana berguna untuk melihat pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dengan menggunakan pendekatan *Ordinari Least Square* (OLS).[47] Untuk melakukan pengujian pengaruh ini, digunakan analisis regresi linear sederhana. Hasil analisis regresi linear sederhana dapat di jelaskan pada tabel 4.6 berikut :

[47] Suriyani Hendra, *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam,* (Jakarta : Prenada Media Grop, 2015), hlm.313

Tabel 4.6

Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	14.972	4.198		3.567	.001
Penjulan MLM HNI	.291	.085	.407	3.447	.001

a. Dependent Variable: Kesejahteraan anggota

Sumber :Hasil Penelitian Lapangan 2018 (data diolah).

Kemudian nilai koefisien regresi masing-masing variabel di atas dapat didistribusikan ke dalam persamaan regresi sederhana sebagai berikut :

Y = 14.972 + 0,291X

Keterangan :

Y : Kesejahteran Anggota

X : Penjualan *Multi Level Marketing*

Dari pernyataan tersebut dapat dijelaskan di bawah ini :

a. Nilai kostanta sebesar 14.972 satuan ini menunjukan bahwa setelah dipengaruhi variabel penjualan *Multi Level Marketing* sebagai variabel indenpenden, maka kesejahteraan anggota sudah ada sebesar 14,972 satuan dengan asumsi variabel lain nol.

b. Koefisien penjualan *Multi Level Marketing* (X) memberikan nilai sebesar 0,291 satuan yang berarti bahwa ada pengaruh positif antaran penjualan *multi level marketing*terhadap kesejahteraan anggota.

4. Hasil Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel indenpenden secara persial berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Berdasarkan perhitungan tabel 4.6 dapat diuraikan hasil pengujian hipotesis sebagai berikut :

Hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Penjualan *Multi Level Marketing* (X) terdapat Kesejahteraan Anggota (Y). Hasil pengelolaan data dengan uji t dilakukan bahwa nilai hasil uji t dari variabel Penjualan *Multi Level Marketing* (X) dengan nilai sig 0,001. Maka terbukti bahwa nilai sig lebih kecil dari tingkat sig yang digunakan (0,001 < 0,05). Hal ini berarti Penjualan *Multi Level Marketing* (X) memiliki pengaruh yang positif sig terhadap Kesejahteraan Anggota (Y).

5. Hasil Uji Koefisien Korelasi Sederhana

Koefisien korelasi sederhana digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan dan arah hubungan antara dua variabel. Hasil koefisien korelasi sederhana dapat dijelaskan pada tabel 4.7 berikut :

Tabel 4.7
Hasil Uji Koefisien Korelasi Sederhana

Correlations

		Penjualan MLM HNI	Kesejahteraan Anggota
Penjualan MLM HNI	Pearson Correlation	1	.407**
	Sig. (2-tailed)		.001
	N	62	62
Kesejahteraan Anggota	Pearson Correlation	.407**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	
	N	62	62

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber :Hasil Penelitian Lapangan 2018 (data diolah).

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukan bahwa hubungan (Korelasi) antara Penjualan *Multi Level Marketing* dengan kesejahteraan anggota sangat kuat positif, yaitu 0,407. Arti positif adalah hubungan antara variabel X dan Y searah. Maksud searah di sini, semakin banyak Penjualan *Multi Level Marketing,* maka akan semakin meningkat kesejahteraan anggota. Begitu juga sebaliknya, semakin sedikit Penjualan *Multi Level Marketing,* maka semakin turun kesejahteraan anggota.

6. **Hasil Koefisien Determinasi (R^2)**

Untuk mengetahui kemampuan variabel indenpenden (Penjualan *Multi Level Marketing*) dalam memberikan kontribusi mempengaruhi variabel indenpenden (Kesejahterann anggota) maka

dilakukan pengujian koefisien determinasi (R^2) seperti yang terlihat pada tabel 4.8 di bawah ini :[48]

Tabel 4.8
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.407[a]	.165	.151	2.891

a. Predictors: (Constant), Penjulan MLM HNI

Sumber :Hasil Penelitian Lapangan 2018 (data diolah).

Nilai r Square sebesar 0.165 menunjukan proposi pengaruh variabel Penjualan *Multi Level Marketing* terhadap kesejahteraan anggota sebesar 16,5%. Artinya variabel Penjualan *Multi Level Marketing* mempunyai pengaruh terhadap kesejahteraan anggota sebesar 16,5%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang belum masuk ke dalam model sebesar 83,5%.

[48] Suriyani Hendra, *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam,* (Jakarta : Prenada Media Grop, 2015), hlm.313

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh penjualan *multi level marketing* HNI (Herbal Network Internasional) terhadap kesejahteraan anggota memiliki pengaruh yang signifikan. Maka dapat disimpulkan secara keseluruhan bahwa penjualan *multi level marketing* memiliki pengaruh terhadap kesejahteraan anggota Herbal Network Internasional dibuktikan dengan hasil sebagai berikut:

1. Hasil regresi linear sederhana yaitu Y=14,972+0,291x dimana angka ini menunjukan nilai yang positif sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan yang positif menandakan hubungan yang searah
2. Hasil pengelolaan uji t dengan nilai signifikan 0,001. Maka terbukti bahwa nilai signifikan lebih kecil dari tingkat signifikan yang digunakan (0,001<0,05), hal ini membuktikan bahwa penjualan *multi level markeing* (X) memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap kesejahteraan anggota (Y).
3. Hasil nilai r Square sebesar 0,165 menunjukan pengaruh variabel penjualan *multi level markeing* terhadap kesejahteraan anggota sebesar 16.5%. artinya variabel penjualan *multi level markeing* mempunyai pengaruh terhadap kesejahteraan anggota sebesar 165%.

Secara ekonomi Islam kesejahteraan yang dirasakan oleh anggota HNI Kelurahan Pakan Labuah sudah sesuai dengan syari’at yang sudah

ada, dimana dalam Islam kesejahteraan merupakan kondisi dimana seorang atau sekelompok orang dapat memenuhi kebutuhan jasmani dan rohani, dari penelitian ini menunjukan tidak adanya orang yang kelaparan serta tidak ada tindak kriminal di Kelurahan Pakan Labuah dan juga anggota HNI hidup aman dan berdampingan.

Dari uraian di atas dapat penulis simpulkan bahwa kesejahteraan yang dirasakan oleh anggota HNI Kelurahan Pakan Labuah sesuai dengan ekonomi Islam.

i. Saran

Berdasarkan perubahan dan kesimpulan yang diperoleh, maka penelitian memberikan beberapa saran sebagai berikut.

1. Bagi peneliti selanjutnya

   Kepada peneliti selanjutnya agar dapat memperkaya penelitian ini dengan mengambil indikator berbeda sehingga mendapatkan gambaran yang lebih kompleks berkenaan pengaruh penjualan *multi level marketing* oleh anggota HNI (Herbal Network Internasional) di KelurahanPakan Labuah dan dampak kesejahteraan bagi anggota.

2. Bagi anggota HNI (Herbal Network Internasional) Kelurahan Pakan Labuah.

   Kepada anggota HNI (Herbal Network Internasional) Kelurahan Pakan Labuah agar dapat mengoptimalkan pembimbingan dan penjualan untuk meningkatkan kesejahteraan anggota HNI (Halal Network Internasional) di Kelurahan Pakan Labuah.

Mengarahkan tingkat atas (*upline)* untuk memberikan pengarahan kepada anggota baru (*downline)* untuk meningkatkan pengetahuan agar jaringan anggota tersebut berkembang dan lebih meningkatkan penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

Laura, Hartman.2008. *Etika Bisnis*.Jakarta:Erlangga

Harefa,Andrias.1999.*Multi Level Marketing:Alternatif Karir dan Usaha Menyonsong milinium ketiga*.(Jakarta:Gramedia Pustaka Utama

Carmichael, Allen.1996. *Network dan Multi Level Marketing,* Jakarta: Pustaka Delapratasa

Rivai,Veithzal, dan Buchari Andi.2009. *Islamic Economics,* Jakarta: PT Bumi Aksara

Mursyid. 2010. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Bumi Aksara

Idri, 2015. *Hadis Ekonomi*,Jakarta:Prenadamedia Group

Kasmir, dan Jakfar. 2003 *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta: Kencana

Kotler,Philip dan Killer Kevin Lane. 2018. *Manajemen Pemasaran edisi ketiga belas.* Jakarta:Erlangga

Ridwan. 2004. *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Muda,* Bandung : Alfabeta

Suhaimi, Arikunto, *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek,* (Jakarta : Bumi Aksara,1998

Hendra, Suryani. *2015. Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam,* Jakarta : Prenadamedia Group

Yudi, Moh Mahadianto dkk. *Parametrik Dependensi Dengan Program SPSS* Jakarta : PT Rajagrafindo Persada

Arikunto, Suhaimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek,* Jakarta : Rineka Cipta

Muhidin, Sambas Ali. 2009. *Analisis Korelasi, Regresi dan Jalur Dalam Penelitian,* Bandung : CV Pustaka Setia

Sugiono. 2007. *Metode Penelitian Bisnis :Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung : Alfabeta

Beni, Ahmad Saebani dan Afifuduin. 2006. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia

Muhammad. 2008. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam* : Pendekatan kuantitatif. Jakarta : Rajawali Pers

Bungin, Burhan. 2001. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Sidoarjo : Kencana Prenada Media Group

Teguh, Muhammad.1999. *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi*. Jakarta : PT Raja Grapindo Prasada

Sarwono, Jonathan. 2012. *Metodologi Riset Sripsi Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta : PT Elex Media Komputindo

Karim, Adiwarman A. 2012. *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta : Rajawali Pers

Alma,Buchari dan Donni Juni Priansa. 2014. *Manajemen Bisnis Syariah.* Bandung: Alfabeta

Clothier,J.Peter. 1994. *Meraup Uang Dengan Multi Level Marketing: Pedoman Praktis Menuju Network Selling yang Sukses.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Kamsir. 2003. *Manajemen Pemasaran* Jakarta: PT. Bumi Aksara

Sakirno, Sadono. 2007. *Ekonomi Pembangunan*: *Proses Masalah, dan Dasar Kebijakan.* Jakarta : Kencana

Salvatone, Dominick. *2009. Teori Mikro Ekonomi*. Jakarta : Erlangga

Arsyat, Lincoin Msc. 1999. *Ekonomi Mikro.* Jakarta : Gema Press

Kuswara.2005. Mengenal MLM Syariah. Depok : QultumMedia

Sekretariat Jendral MPR RI. 2009. *Panduan Permasyarakatan Undang-Undang Negara Republik Indonesia Tahun 1945 dan Ketetapan MPR RI Edisi Revisi*. Jakarta

Abidin, Ikhwan Basri .2005. *Islam dan Pembangunan Ekonomi*. Jakarta : Gema Insanai Press

Panduan sukses *Halal Network Internasional*

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

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

Pratiwi, Anggraini Yona.2017. *Analisis Penjualan Oriflame Melalui Jaringan Multi Level Marketing Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam*,skripsi Serjana IAIN Bukittinggi, tidak di terbitkan

Sintia, Gebi Dwi. 2016. *Strategi Pemasaran Multi Level Marketing Produk Moorlife Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam.* skripsi Serjana IAIN Bukittinggi, tidak diterbitkan

http//www.PengertianKesejahteraan.com. diakses pada 05-Mei-2018

http//www.situalhikmah.ac.id/index.phpkolom-artikel/116-fatwa-mui-mengenai-mlm Diakses pada 17 Maret 2018

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BUKITTINGGI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Kampus II : Jalan Gurun Aur Kubang Putih Kab.Agam - Sumatera Barat - Telepon / Fax . (0752) 22573
Website : www.febi.iainbukittinggi.ac.id | e-mail : febi@iainbukittinggi.ac.id

Nomor : B-1688/In.26.3/PP.07/07/2018 Juli 2018
Lamp. : -
Hal : **Mohon Izin Penelitian**

Kepada Yth.
Pemilik Stokis HNI Laa Raiba Shop
Tigo Baleh

Dengan hormat, dalam rangka mengumpulkan data untuk penyusunan Skripsi bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi, kami harapkan bapak/ibu untuk dapat kiranya memberi kesempatan penelitian kepada saudara :

Nama	:	**SITI JUMAIDA**
NIM	:	**3214. 182**
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)
Program Studi	:	Ekonomi Islam
Semester	:	VIII (Delapan)
Lokasi Penelitian	:	Stokis HNI Laa Raiba Shop Tigo Baleh, Kelurahan Pakan Labuah
Judul Skripsi	:	***"Pengaruh Penjualan Multi Level Marketing HNI (Herbal Network Internasional) Terhadap Kesejahteraan Anggota Menurut Perspektif Ekonomi Islam"***
Waktu	:	3 Juli s/d 31 Juli 2018

Demikian surat permohonan ini kami buat, atas bantuan yang bapak/ibu berikan kami ucapkan terima kasih.

Dekan

H. Harfandi, SE, M.Si
NIP. 19621110 199903 1 001

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini pemilik Pusat Stokis HNI Tigo Baleh, dengan ini memberi izin kepada :

Nama Lengkap	: Siti Jumaida
Nim	: 3214.182
Jenis Kelamin	: Perempuan
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)
Program Studi	: Ekonomi Islam
Semester	: (VIII) Delapan
Lokasi Penelitian	: Pusat Stokis HNI Tigo Baleh, Kelurahan Pakan Labuah
Judul Skripsi	: Pengaruh Penjualan *Multi Level Marketing* HNI (Herbal Network Internasional) Terhadap Kesejahteraan Anggota Menurut Perspektif Ekonomi Islam

Nama yang tersebut diatas benar telah melaksanakan Penelitian di Pusat Stokis HNI Tigo Baleh sesuai dengan waktu yang telah ditentukan dengan baik, dalam rangka mengumpulkan data untuk penyusunan skripsi.

Demikian Surat Keterangan ini kami keluarkan, untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Pakan Labuah, 27 Juli 2018

Pemilik Toko

Lua Kuba SHOP

Umul Chair, S.PdI

SURAT KEPUTUSAN REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BUKITTINGGI
Nomor : 97.61/In.26/PP.00.9/04/2018

Tentang

Penunjukan Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi

REKTOR IAIN BUKITTINGGI

Membaca : Surat Permohonan Mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bukittinggi nama. **Siti Jumaida NIM. 3214.182** tanggal 04 April 2018, Perihal Permohonan Pengesahan Judul dan Penunjukkan Pembimbing Skripsi.

Menimbang :
a. Bahwa untuk lebih terarah dan terkoordinirnya penulisan skripsi mahasiswa IAIN Bukittinggi, maka perlu ada Pembimbing.
b. Bahwa nama-nama yang tersebut dibawah ini, dipandang cakap dan mampu untuk diangkat sebagai Pembimbing I dan Pembimbing II.

Mengingat :
1 Undang-undang No.20 Tahun 2003, tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2 Peraturan Pemerintah Nomor 60 Tahun 1999, tentang Pendidikan Tinggi;
3 Keputusan Presiden Nomor 181 Tahun 2014, tentang Perubahan STAIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi menjadi IAIN Bukittinggi.
4 Keputusan Menteri Agama RI. Nomor 492 Tahun 2003, tentang Pemberian Kuasa dan Pendelegasian Wewenang Pengangkatan, Pemindahan dan Pemberhentian Pegawai Negeri Sipil (PNS) dilingkungan Departemen Agama.
5 Keputusan Menteri Agama RI No.12 Tahun 2015, tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Bukittinggi

MEMUTUSKAN

Menetapkan :

Pertama : Menyetujui Outlines, Daftar Kepustakaan bagi skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul " **Pengaruh Penjualan Multi Level Marketing HNI (Herbal Network Internasional) Terhadap Kesejahteraan Anggota Menurut Perspektif Ekonomi Islam**"

Kedua : Menunjuk saudara-saudara :

A
Nama	:	**Dr. Miswardi, SH, M.Hum**
NIP	:	19661210 200501 1005
Pangkat/Gol.Ruang	:	Pembina/IV/a / Lektor Kepala
Bidang Keahlian Pokok	:	Ilmu Hukum
Memberi Mata Kuliah	:	Aspek Hukum dalam Bisnis
Untuk Tugas	:	Pembimbing I

B
Nama	:	**Sandra Dewi,SE,MM**
NIP	:	197307172014112002
Pangkat/Gol.Ruang	:	Penata Muda (III/a) / Cados
Bidang Keahlian Pokok	:	Manajemen
Memberi Mata Kuliah	:	Pengantar Manajemen
Untuk Tugas	:	Pembimbing II

Ketiga : Masa penulisan skripsi minimal selama 4 (empat) bulan sejak SK Pembimbing dikeluarkan.

Keempat : Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini, akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bukittinggi
Pada Tanggal : 5 April 2018
Rektor,

RIDHA AHIDA



BIODATA PRIBADI

Nama	: SITI JUMAIDA
NIM	: 3214.182
Fakultas	: FEBI
Tempat/Tgl Lhr	: Sungai Puar/09 September 1994
Anak dari	: Asrizal dan Rosanidar
Anak ke	: 3 dari 6 Bersaudara
Negeri Asal	: Kampuang V Patalangan, Jorong Kapalo Koto, Nagari Sungai Pua, Kec. Sungai Puar

PENDIDIKAN YANG DITEMPUH

1. Sekolah Dasar Negeri 15 Kapalo Koto Kecamatan Sungai Puar (Tahun 2000-2006)
2. Madrasah Tsanawiyah Negeri (MTsN) Kubang Putih (Tahun 2006-2009)
3. Sekolah Menegah Kejuruan (SMK) Terpadu Genus Bukittinggi (Tahun 2009-2012)
4. IAIN Bukittinggi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (Tahun 2014-2018)

MOTTO

Agar Sukses, Kemauanmu Untuk Berhasil Harus Lebih Besar Daripada Ketakutanmu Akan Kegagalan.