

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ

وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

Q.S An Nisa' (4): 29

UNUGIRI
BOJONEGORO

PERSEMBAHAN

Puji syukur kami haturkan kepada Allah SWT. Dengan Rahmat Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Ku persembahkan karya sederhana ini kepada:

- ❖ Kedua orang tuaku, Bapak Sukarji dan Ibu Warni yang telah mendidik dan senantiasa memberikan kasih sayang, yang mendampingiku sampai ke titik ini, serta selalu memberikan doa-doa terbaik untukku.
- ❖ Untuk kakakku, M. Abu Na'im dan kakak iparku Gilang Panduwati serta keponakan onlineku Yumna Naila Jannah.
- ❖ Untuk Dosen Pembimbing, Ibu Dr. Imroatul Azizah, M,Ag dan Bapak Hasbi Ash Shiddiqi, Lc, M.H yang telah ikhlas meluangkan waktu disela-sela kesibukannya untuk membimbing serta memberikan ilmu-ilmu kepadaku.
- ❖ Untuk seluruh Dosen dan Staf UNUGIRI Bojonegoro yang mendidikku dengan ikhlas dan sabar.
- ❖ Untuk seluruh teman-teman seperjuangan Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Tahun 2017 yang selalu saling menginspirasi, mendukung dan menguatkan agar dapat menyelesaikan skripsi ini.

UNUGIRI
BOJONEGORO

ABSTRAK

Judul : Analisis Strategi Pemasaran Produk Mahkota Sukses Indonesia (MSI) Dengan Sistem *Multi Level Marketing* (MLM) Di Aplikasi Shopee Perspektif Hukum Ekonomi Syariah
Penulis : Siti Kiswaton Ni'mah
Kata Kunci : Strategi pemasaran, Mahkota Sukses Indonesia (MSI), *Multi Level Marketing* (MLM)

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan Mahkota Sukses Indonesia (MSI) yaitu dengan menggunakan sistem *Multi Level Marketing* (MLM); Setiap *reseller* MSI harus menjual produk dan merekrut anggota baru. Dalam MSI penjualan produk MSI *reseller* dan *non reseller* tidak sama lebih murah *non reseller* karena *reseller* lebih fokus merekrut anggota baru, sehingga *reseller* tidak mementingkan persaingan harga penjualan produk. Penelitian ini hendak menjawab rumusan masalah, pertama bagaimana strategi pemasaran produk Mahkota Sukses Indonesia (MSI) dengan sistem *Multi Level Marketing* (MLM) di aplikasi Shopee. Kedua bagaimana tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap strategi pemasaran produk Mahkota Sukses Indonesia (MSI) dengan sistem *Multi Level Marketing* (MLM) di aplikasi Shopee.

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan objek pemasaran melalui aplikasi Shopee. Sumber data primer diperoleh dari observasi, wawancara, dan dokumentasi, sedangkan data sekundernya diperoleh dari sumber-sumber pustaka seperti buku, jurnal, dan internet. Metode analisis datanya deduktif kualitatif dengan teori strategi pemasaran, *Multi Level Marketing* (MLM), dan *ju'alah*.

Hasil dari penelitian ini adalah: 1. Strategi pemasaran produk Mahkota Sukses Indonesia (MSI) dengan sistem *Multi Level Marketing* (MLM) di aplikasi Shopee terjadi karena perusahaan MSI tidak fokus pada penjualan produk tetapi lebih fokus mendapatkan anggota baru, hal ini dibuktikan dengan perbedaan harga antara *reseller* dan *non reseller* lebih murah *non reseller*. Ditinjau dari strategi pemasaran yang digunakan MSI di aplikasi Shopee sudah sesuai dengan strategi pemasaran dalam Islam bahwa *reseller* sudah menerapkan sifat-sifat dalam strategi pemasaran 2. Dari segi *Multi Level Marketing* (MLM) dalam Islam sudah sesuai dengan fatwa MUI tentang MLM dengan Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) No. 75 Tahun 2009. 3. Dari segi *ju'alah* rukun dan syarat *ju'alah* maka strategi pemasaran produk MSI dengan sistem MLM di aplikasi Shopee sudah sesuai baik dari segi rukun maupun syarat *ju'alah*.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat *Illahi Rabbī* yang telah melimpahkan segenap *rahmat, taufīq* dan *hidāyah*-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. *Salawat* dan *salām*, semoga senantiasa terlimpahcurahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya yang telah membawa kita ke jalan yang penuh kemulyaan. Semoga kita termasuk orang-orang yang mendapat syafa'at beliau di hari kelak. *Āmīn*.

Selain atas berkat, rahmat Allah SWT dan bimbingan Rasulullah sepantasnya penulis haturkan terima kasih yang tiada terhingga kepada:

1. M. Jauharul Maarif, M. Pd. I, selaku Rektor Universitas Nahdlatul Ulama Sunan Giri Bojonegoro.
2. Agus Sholahudin Shidiq, M.H.I, selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Nahdlatul Ulama Sunan Giri Bojonegoro.
3. Eko Arief Cahyono, S.H.I, M.Ek, selaku Kaprodi Hukum Ekonomi Syariah dan wali studi selama penulis menimba ilmu Fakultas Syariah Universitas Nahdlatul Ulama Sunan Giri Bojonegoro.
4. Dr. Imroatul Azizah, M.Ag dan Bapak Hasbi Ash Shiddiqi, Lc, M.H, selaku dosen pembimbing yang dengan tulus, ikhlas dan sabar bersedia meluangkan waktu di sela-sela kesibukannya untuk memberikan bimbingan, arahan, saran, dan motivasinya dalam proses penulisan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan karyawan Fakultas Syariah Universitas Nahdlatul Ulama Sunan Giri Bojonegoro yang telah mencurahkan segenap ilmu, tenaga dan waktunya kepada penulis.
6. Staf perpustakaan, yang telah membantu penulis mendapatkan berbagai informasi
7. Teristimewa untuk kedua orang tua, Bapak dan Ibu yang senantiasa mendorong penulis menuntut ilmu tanpa pantang menyerah dan berkat perjuangan, restu dan doa beliaulah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

8. Untuk saudara-saudaraku yang telah banyak membantu demi kelancaran perkuliahanku.
9. Kepada teman-teman mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah angkatan 2017, yang telah melewati masa suka dan duka bersama-sama selama perkuliahan.
10. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Terimakasih atas semua kebaikan dan keikhlasan yang telah diberikan. Penulis hanya bisa berdo'a dan berikhtiar karena hanya Allah yang bisa membalas kebaikan untuk semua. Karena banyak kekurangan dan sangat jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik yang bersifat konstruktif penulis harapkan dari semua pihak. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat menambah khazanah keilmuan bagi kita semua khususnya bagi penulis sendiri. *Āmīn.*

Atas perhatian penulis ucapkan terima kasih.

Tuban, 6 Agustus 2021

Penulis

SITI KISWATUN NI'MAH

UNUGIRI
BOJONEGORO

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TRANSLITERASI.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Operasional.....	4
C. Identifikasi dan Batasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah.....	6
E. Tujuan Penelitian.....	6
F. Kegunaan Penelitian.....	7
G. Penelitian Terdahulu.....	10
H. Kerangka Teori.....	10
I. Metode Penelitian.....	19
J. Sistematika Pembahasan.....	15
BAB II KERANGKA TEORI.....	17
A. Strategi Pemasaran.....	17
1. Pengertian Strategi Pemasaran.....	17
2. Strategi Pemasaran Bisnis.....	18
3. Strategi Pemasaran Dalam Islam.....	21
B. <i>Multi Level Marketing</i> (MLM).....	24

1. Pengertian <i>Multi Level Marketing</i> (MLM).....	24
2. Macam-macam <i>Multi Level Marketing</i> (MLM).....	25
3. <i>Multi Level Marketing</i> (MLM) Dalam Islam.....	27
C. <i>Ju'ālah</i>	31
1. Pengertian <i>Ju'ālah</i>	31
2. Landasan Hukum <i>Ju'ālah</i>	35
3. Rukun dan Syarat <i>Ju'ālah</i>	39
4. Berakhirnya <i>Ju'ālah</i>	44
BAB III DESKRIPSI LAPANGAN.....	45
A. Gambaran Umum Shopee.....	45
B. Gambaran Umum Tentang Produk Mahkota Sukses Indonesia (MSI) Dengan Sistem <i>Multi Level Marketing</i> (MLM).....	48
C. Praktik Strategi Pemasaran Produk Mahkota Sukses Indonesia (MSI) Dengan Sistem <i>Multi Level Marketing</i> (MLM).....	50
D. Praktik Penjualan Produk Mahkota Sukses Indonesia (MSI) Di Aplikasi Shopee.....	54
E. Praktik Strategi Pemasaran Mahkota Sukses Indonesia (MSI) Di Aplikasi Shopee.....	56
BAB IV TEMUAN DAN ANALISIS.....	59
A. Strategi Pemasaran Produk Mahkota Sukses Indonesia (MSI) Dengan Sistem <i>Multi Level Marketing</i> (MLM) Di Aplikasi Shopee.....	59
B. Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Strategi Pemasaran Produk Mahkota Sukses Indonesia (MSI) Dengan Sistem <i>Multi Level Marketing</i> (MLM) Di Aplikasi Shopee.....	60
BAB V PENUTUP.....	74
A. Kesimpulan.....	74
B. Saran.....	75
C. Rekomendasi Penelitian Selanjutnya.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar

1. Gambar 1.1 Praktik penjualan Produk Mahkota Sukses Indonesia (MSI) Dengan Sitem *Multi Level Marketing* (MLM).....53
2. Gambar 1.2 Tampilan Aplikasi Shopee.....56
3. Gambar 1.3 Tampilan Penjual Di Aplikasi Shopee56



UNUGIRI
BOJONEGORO

DAFTAR TRANSLITERASI

Di dalam naskah skripsi ini banyak dijumpai nama dan istilah teknis (*technical term*) yang berasal dari bahasa Arab ditulis dengan huruf Latin. Pedoman transliterasi yang digunakan untuk penulisan tersebut adalah sebagai berikut:

A. Konsonan

Arab	Indonesia	Arab	Indonesia
ا	‘	ط	ʔ
ب	b	ظ	z
ت	t	ث	‘
ث	th	س	gh
ج	j	ش	f
ح	h	ص	q
خ	kh	ض	k
د	d	ذ	l
ذ	dh	ر	m
ر	r	ز	n
ز	z	و	w
س	s	هـ	h
ش	sh	ع	‘
ص	ṣ	ي	Y
ض	ḍ		
ظ			

B. Vokal

Vokal Tunggal (monoftong)

Tanda dan Huruf Arab	Nama	Indonesia

ó	Fathah	A
o	Kasrah	i
u	Āmah	u

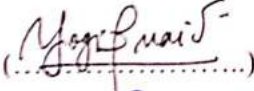





UNUGIRI
BOJONEGORO

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh SITI KISWATUN NI'MAH, NIM/NIMKO: 2017.5502.04.0679/2017.4.055.0204.1.000615 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqasah Fakultas Syariah dan Adab Universitas Nahdlatul Ulama Sunan Giri Bojonegoro pada hari Rabu, 28 Agustus 2021, dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam ilmu syariah.

Majelis Munaqasah Skripsi

- | | | |
|------------------------------------|-----------------|---|
| 1. Dr. Yogi Prana Izza, Lc. MA. | (Ketua) |  |
| 2. Dr. Nurul Huda, M.H.I | (Penguji Utama) |  |
| 3. Dr. Imroatul Azizah, M.Ag. | (Penguji I) |  |
| 4. Lisa Aminatul Mukaromah, M.S.I. | (Penguji II) |  |

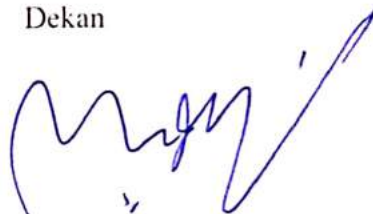
Bojonegoro, 28 Agustus 2021

Mengesahkan,

Fakultas Syariah dan Adab

Universitas Nahdlatul Ulama Sunan Giri

Dekan



Agus Sholahudin Shidiq, M.H.I

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Siti Kiswaton Ni'mah

NIM/NIMKO : 2017.5502.04.0679/2017.4.055.0204.1.000615

Prodi/Fakultas : Hukum Ekonomi Syariah/Syariah dan Adab

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Produk Mahkota Sukses Indonesia (MSI) Dengan Sistem *Multi Level Marketing* (MLM) Di Aplikasi Shopee Perspektif Hukum Ekonomi Syariah

Menyatakan Bahwa Skripsi ini secara keseluruhan adalah penelitian/hasil karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Tuban, 7 Agustus 2021

Saya yang Menyatakan



SITI KISWATUN NI'MAH

2017.5502.04.0679

PERSETUJUAN PEMBIMBING


Skripsi yang ditulis oleh SITI KISWATUN NI'MAH, NIM/NIMKO: 2017.5502.04.0679/2017.4.055.0204.1.000615 dengan judul "Analisis Strategi Pemasaran Produk Mahkota Sukses Indonesia (MSI) Dengan Sistem *Multi Level Marketing* (MLM) Di Aplikasi Shopee Perspektif Hukum Ekonomi Syariah" ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqasahkan.

Bojonegoro, 7 Agustus 2021

Pembimbing I


Dr. Imroatul Azizah, M.Ag

Pembimbing 2


Hasbi Ash Shiddiqi, Lc, M.H