

**TINJAUAN FIQH MUAMALAH TERHADAP SISTEM
PEMASARAN BIRO PERJALANAN UMRAH DAN HAJI
PLUS PT. ARMINAREKA PERDANA
(PT. LUAS: LIMA UTAMA SUKSES Divisi Marketing)**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelara Sarjana Syari'ah (S. Sy)



Oleh:

Ulfah Alfiyanti
NIM. 07110482

Pembimbing:

Dr. Hasanuddin, M. Ag

**JURUSAN MUAMALAH FAKULTAS SYARIAH
INSTITUT ILMU AL-QUR'AN (IIQ)
JAKARTA
2012 M/1433**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul “Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Sistem Pemasaran Biro Perjalanan Umrah Dan Haji Plus PT. Arminareka Perdana (PT. Luas: Lima Utama Sukses Divisi Marketing)” yang disusun oleh Ulfah Alfiyanti Nomor Induk Mahasiswa 07110482 telah melalui proses bimbingan dengan baik dan disetujui untuk diujikan di sidang munaqasyah.

Jakarta, 04 Juni 2012

Pembimbing,

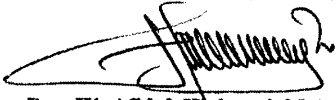


Dr. H. Hasanudin, M.Ag

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Sistem Pemasaran Biro Perjalanan Umrah Dan Haji Plus PT. Arminareka Perdana (PT. Luas: Lima Utama Sukses Divisi Marketing” oleh Ulfah Alfiyanti dengan NIM 07110482 telah diujikan pada Sidang Munaqasyah Fakultas Syariah Institut Ilmu Al-Qur’an (IIQ) Jakarta pada tanggal 11 Juni 2012. Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Syariah (S. Sy).

Jakarta, 11 Juni 2012
Dekan Fakultas Syariah
Institut Ilmu Al-Qur’an (IIQ) Jakarta



Dra. Hj. Afidah Wahyuni, M.Ag

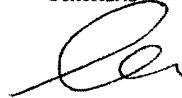
Sidang Munaqasyah

Ketua



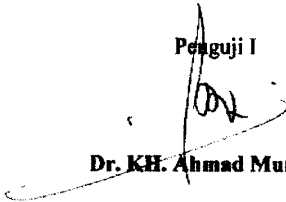
Dra. Muzayyanah, MA

Sekretaris



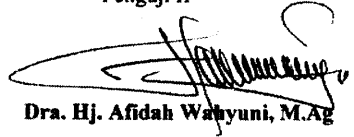
Wiwi Hasbiah, S.Hi

Penguji I



Dr. KH. Ahmad Munif, MA

Penguji II



Dra. Hj. Afidah Wahyuni, M.Ag

Pembimbing



Dr. H. Hasanudin, M.Ag

PERNYATAAN PENULIS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

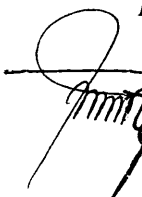

Nama : **Ulfah Afiyanti**

NIM : 07110482

Tempat/Tanggal Lahir : Purwakarta, 14 Juni 1989

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul "*Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Sistem Pemasaran Biro Perjalanan Umrah Dan Haji Plus PT. Arminareka Perdana (PT. Luas: Lima Utama Sukses Divisi Marketing)*" adalah benar-benar asli karya saya kecuali kutipan-kutipan yang sudah disebutkan. Kesalahan dan kekurangan di dalam karya ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Jakarta, 31 Mei 2012


METERAI
TEMPEL
PAJAK NEGARANTUN BANGSA
TGB
20
E0733ABF015962547
LIMA RIBU RUPIAH
6000 DJP


Ulfah Afiyanti

PERSEMBAHAN

Untuk orang tua tercinta, Emak (Hj. Nunung Maesyaroh) serta Bapak (H. Muhammad Nashrullah), Ananda persembahkan skripsi ini sebagai tanda terima kasih dari Ananda yang telah diberikan kesempatan belajar sampai jenjang yang tinggi, walaupun prosesnya harus mengalami kepahitan dan kesulitan baik dari segi materi maupun immateri, hanya do'a yang dapat Ananda panjatkan kepada Allah agar seluruh amal kebaikan dan cinta kasih Emak dan Bapak kepada Ananda dibalas dengan setimpal...

MOTTO

Tiada do'a yang lebih indah selain do'a agar skripsi ini cepat selesai....!

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah puji serta syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas skripsi ini. Shalawat beriring salam semoga senantiasa tercurah kepada sang panutan kita Baginda Rasulullah SAW, dan juga kepada keluarganya, para sahabatnya, para syuhada' serta para pengikunya hingga akhir zaman.

Skripsi yang penulis tulis dengan judul **“Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Sistem Pemasaran Biro Perjalanan Umrah Dan Haji Plus PT. Arminareka Perdana (PT. Luas : Lima Utama Sukses Divisi Marketing)”** ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata Satu Syariah (S.Sy) di Fakultas Syariah Muamalah Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta.

Harapan penulis atas selesainya skripsi ini adalah dapat memberikan salah satu warna dalam dialektika keilmuan yang ada, khususnya kajian tentang network marketing, walupun masih belum cukup komprehensif dan sangat jauh dari kesempurnaan jika dibandingkan dengan karya literatur lain yang mengkaji hal serupa.

Atas selesainya skripsi ini, disampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya serta penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah memberikan dedikasinya kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, khususnya kepada:

1. Ibunda Hj. Nunung Maesyaroh serta H. Muhammad Nashrullah, Emak dan Bapak tercinta yang senantiasa memberikan do'a, keridhoan serta dukungan penuh kepada penulis, sehingga mampu meraih cita-cita yang diharapkan.
2. Inggit Mutiara Tsani, adik tercinta satu-satunya yang selalu mewarnai hidup penulis dengan sikap nakalnya saat berada ditengah-tengah keluarga. Semoga kelak dapat menjadi insan yang berguna bagi Agama, Bangsa serta Negara.
3. Dr. KH. Ahsin sakho Muhammad, MA selaku Rektor Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta.
4. Ibunda Dra. Hj. Afidah Wahyuni, M.Ag. Selaku Dekan Fakultas Syariah Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta yang selalu memberikan dukungan serta kemudahan kepada para mahasiswanya,
5. Dr. Hasanuddin, M. Ag. Selaku pembimbing pada penulisan skripsi ini, yang telah banyak meluangkan waktunya disela-sela kesibukan beliau, memberikan motivasi, arahan serta saran yang berharga bagi penulis.

6. Segenap Dosen Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta khususnya Dosen Fakultas Syariah atas ilmu pengetahuan yang tidak ternilai bagi penulis.
7. Pimpinan dan segenap staf perpustakaan IIQ Jakarta, perpustakaan Utama UIN syarif Hidayatullah, perpustakaan Syariah UIN Syarif Hidayatullah, perpustakaan Iman Jama' yang telah menunjang fasilitas bagi penulis dalam pengumpulan data. Dan tidak lupa kepada teman-teman terima kasih yang tak terhingga atas pinjaman koleksi bukunya selama proses penulisan skripsi ini.
8. Pihak PT. Arminareka Perdana dan Pihak Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk memberikan informasi yang berkaitan dengan skripsi ini.
9. Segenap sahabat seperjuangan angkatan 2007 khususnya dari fakultas Syariah, yang selalu memberikan dukungan dan keceriaan dalam kebersamaan kita di IIQ tercinta. Serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terimakasih atas segala bantuan dan motivasinya.

Penulis tidak dapat memberikan balasan yang sepadan atas segala bantuan yang telah penulis terima, semoga Allah SWT membalas semua jasa baik ini sebagai amal ibadah. Dan hanya kepada Allah jualah penulis memohon hidayah, taufiq

serta inayah-Nya, semoga karya ini menjadi bagian dari amal shaleh kita dihadapan Allah SWT. Amin.

Jakarta, 10 Rajab 1433 H
31 Mei 2012 M

Penulis

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi adalah penyalinan dengan kata penggantian huruf dari abjad yang satu ke abjad dalam penulisan skripsi di IIQ, transliterasi Arab-Latin mengacu pada berikut ini:

1. Konsonan

ا	A		ط	Th
ب	B		ظ	Zh
ت	T		ع	‘
ث	Ts		غ	Gh
ج	J		ف	F
ح	<u>H</u>		ق	Q
خ	Kh		ك	K
د	D		ل	L
ذ	Dz		م	M
ر	R		ن	N
ز	Z		و	W
س	S		ه	H
ش	Sy		ء	‘

ص	Sh		ي	Y
ض	Dh			

2. Vokal

Vokal tunggal vokal panjang vokal lengkap

Fathah : a ا : â ي... : ai

Kasrah : I ى : î و... : au

Dhammah : u و : û

3. Kata sandang

- a. Kata sandang yang diikuti huruf-huruf al-qamariyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu 1 (el)

Contoh :

البقرة : Al-Baqarah المدينة : Al-Madaniyah

- b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf-huruf As-Syamsiyah ditransliterasikan dengan mengganti Al dengan kata As-Syamsiyah yang mengikutinya.

Contoh :

الرجول : Ar-Rajul الشيدة : As-Syayidah

الشمس : Asy-Syamsu الروم : Ar-Rûm

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN PENULIS	iv
PERSEMBAHAN DAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
ABSTRAKSI	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Pembatasan dan perumusan Masalah.....	9
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
E. Studi Pustaka.....	10
F. Kerangka Teori / Konsep.....	12
G. Metode Penelitian.....	14
H. Sistematika Penulisan.....	18
BAB II KAJIAN TEORITIS	
A. Network Marketing	21
1. Definisi Network Marketing	21

2. Konsep Operasional Network Marketing...	23
3. Perbedaan Sistem Network Marketing dengan Sistem Penggandaan Uang (Money Game).....	25
B. Jual beli dalam Islam.....	30
1. Definisi Jual Beli	30
2. Dasar Hukum Jual Beli.....	32
3. Rukun dan Syarat Jual Beli	37
4. Macam-Macam jual Beli	40
5. Jual Beli yang dilarang dalam Islam	41
C. Ijârah (Penyewaan)	44
1. Definisi Ijârah	44
2. Macam- macam Ijârah	45
3. Dasar Hukum Ijârah.....	46
4. Rukun Ijârah	50
5. Syarat-Syarat Ijârah	50
6. Berakhirnya Akad Ijârah.....	51
D. <i>Ju'âlah</i>	53
1. Definisi <i>Ju'âlah</i>	53
2. Dasar Hukum <i>Ju'âlah</i>	54
3. Syarat-Syarat <i>Ju'âlah</i>	57
4. Pembatalan <i>Ju'âlah</i>	58

BAB III	GAMBARAN UMUM PT. ARMINAREKA PERDANA	
A.	Sejarah Berdirinya PT. Arminareka Perdana.	59
B.	Visi dan Misi PT. Arminareka Perdana	64
C.	Legalitas PT. Arminareka Perdana	65
D.	Susunan dan Struktur Organisasi PT. Arminareka Perdana	66
E.	Prinsip Operasional PT. Arminareka Perdana.....	69
F.	Produk-Produk PT. Arminareka Perdana	70
G.	Ketentuan Pembatalan Pemberangkatan Umrah dan Haji PT. Arminareka Perdana	71
H.	Mekanisme Pemasaran Umrah dan Haji pada PT. Arminareka Perdana	72
I.	Marketing Plan PT. Arminareka Perdana	75
BAB IV	ANALISIS HUKUM ISLAM TERHADAP SISTEM PEMASARAN UMRAH DAN HAJI PLUS PADA PT. ARMINAREKA PERDANA	
A.	Tinjauan Hukum Berdasarkan Peraturan pemerintah Tentang Pemasaran Network Marketing.....	79
B.	Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Bisnis Pemasaran Umrah dan Haji Plus pada PT. Arminareka Perdana	83

1. Tinjauan Terhadap Akad <i>Bai'</i> pada Pemasaran Umrah dan Haji Plus pada PT. Arminareka Perdana	86
2. Tinjauan Terhadap Akad <i>Ijârah</i> pada Pemasaran Umrah dan Haji Plus pada PT. Arminareka Perdana	96
3. Tinjauan Terhadap Akad <i>Ju'âlah</i> pada Pemasaran Umrah dan Haji Plus pada PT. Arminareka Perdana	99
C. Tinjauan Berdasarkan Fatwa DSN MUI No : 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)	101

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	111
B. Saran.....	115

DAFTAR PUSTAKA.....	117
----------------------------	------------

LAMPIRAN-LAMPIRAN

ABSTRAKSI

Ijtihad sebagai sumber hukum Islam ke tiga memberi peluang untuk berkembangnya pemikiran umat Islam dalam menghadapi segala permasalahan di era globalisasi ini. Berbagai jenis transaksi yang menjanjikan keuntungan yang berlipat ganda telah muncul dan menyebar ke seluruh penjuru dunia, termasuk Indonesia. Salah satu bentuk transaksi tersebut adalah network marketing. Pada umumnya produk yang ditawarkan pada bisnis network marketing hanya berupa barang. Akan tetapi seiring berjalannya waktu, kini perusahaan dengan sistem network marketing di Indonesia juga menawarkan obyek penyaluran produk jasa. Dalam hal ini seperti halnya jasa pelayanan pemberangkatan umrah dan haji yang digunakan oleh PT. Arminareka Perdana. Berkaitan dengan ini, terdapat ketentuan-ketentuan hukum yang dikeluarkan oleh otoritas pemerintah untuk menertibkan kegiatan bisnis modern tersebut secara konvensional. Namun di sisi lain, untuk melindungi masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam, perlu dikaji kejelasan hukum dari transaksi tersebut dipandang dari sudut hukum Islam. Sehingga, dalam melaksanakan seluruh transaksi, akad dan perjanjiannya akan terlihat jelas bagaimana pengertiannya secara etimologi, dan terminologi, konsep dasar dan cara kerja sistem ini serta analisis dari kajian fiqh muamalah.

Fokus penelitian dilakukan khususnya berkaitan dengan transaksi penjualan dan pemberian bonus dari perusahaan kepada distributor independen dalam sistem pemasaran network marketing yang digunakan oleh PT. Arminareka Perdana Biro Perjalanan Umrah dan Haji Plus. Dan dalam hal ini penulis juga menggunakan pendekatan penelitian terhadap Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 13/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan tata cara penerbitan Surat izin usaha penjualan langsung serta Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN)-MUI No: 75/DSN

MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).

Dari hasil dapat disimpulkan bahwa menurut pandangan fiqh muamalah pada dasarnya bisnis network marketing ini merupakan salah satu bentuk aktifitas ekonomi yang diperbolehkan sepanjang tidak ada dalil syar'i yang melarangnya, baik dalam bentuk umum, seperti ketidakjelasan hubungan antara perusahaan dengan distributor, ketidakadilan dalam sistem imbal jasa dan lain-lain, ataupun dalil khusus tertentu dalam Al-Qur'an dan sunnah Rasulullah SAW. Seperti riba, ihtikar, gharar, jahalah dan sebagainya. Berkaitan dengan sistem pemasaran yang digunakan oleh PT. Arminareka Perdana ini penulis menilai aplikasi pemasaran umrah dan haji pada PT. Arminareka Perdana ini belum dapat dikatakan sesuai dengan syari'at Islam, karena di dalamnya masih mengandung unsur gharar dan jahalah (ketidakjelasan), salah satunya ketidakjelasan mengenai '*ain dari mabi*' (obyek yang diperjualbelikan) dalam jual beli paket umrah/haji pada perusahaan ini.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis merupakan salah satu kegiatan manusia yang telah dikenal dan dilakukan dari zaman dahulu hingga sekarang. Menurut Huat T. Chwee, bisnis adalah serangkaian usaha yang dilakukan oleh satu orang atau lebih, individual atau kelompok dengan menawarkan barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan atau laba.¹ Dalam menjalankan sebuah bisnis, seorang pebisnis pasti mempunyai strategi dalam memasarkan produk yang dijualnya. Hal ini jelas harus dimiliki karena mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan suatu perusahaan dalam hal kelangsungan bisnis yang dijalankannya.

Sesuai dengan perkembangan zaman, bentuk bisnis yang dilakukan oleh manusia dan cara pemasaran yang digunakan di dalamnya semakin beragam. Jika pada masa sebelumnya dalam transaksi bisnis pihak produsen memerlukan agen/penyalur dalam menjual produknya agar

¹ <http://muhammad-handy.blogspot.com/2011/10/10-definisi-bisnis-menurut-para-ahli.html>
diakses tgl 24 April 2012.

sampai ke tangan konsumen (indirect selling), maka pada masa sekarang kita juga dapat menemukan perusahaan yang menjual produknya secara langsung kepada konsumen tanpa bantuan pihak penyalur (direct selling). Jika pada masa sebelumnya cara pemasaran yang digunakan perusahaan dalam menjangkau jumlah konsumen yang banyak dan tersebar adalah dengan dengan iklan (advertising) melalui media massa (audio, visual, dan audio visual), maka pada saat ini cara pemasaran produk sudah mulai berkembang, di antaranya dapat dilakukan dengan promosi penjualan (sales promotion), cara ini dipilih karena dapat menaikkan angka penjualan produk dalam jangka waktu yang relative pendek juga dapat menekan tingkat harga penjualan. Selain itu cara pemasaran pada saat ini juga dapat dilakukan dengan cara publikasi, cara ini dilakukan dengan tujuan untuk menanam citra yang baik terhadap masyarakat (membentuk opini publik) yang akhirnya agar konsumen loyal dalam mengkonsumsi produk/jasa perusahaan. Misalnya dengan mengadakan suatu kegiatan yang menjadi sorotan perhatian masyarakat.²

² <http://www.scribd.com/doc/29172542/STRATEGI-PEMASARAN>
diakses tanggal 27 April 2012.

Salah satu jenis transaksi bisnis modern ini adalah network marketing atau yang lebih dikenal dengan istilah multi level marketing. Terkadang ada juga yang menyebutnya sebagai bisnis penjualan langsung atau direct selling. Pendapat ini didasari pelaksanaan penjualan network marketing yang memang dilakukan secara langsung oleh wiraniaga kepada konsumen. Tidak melalui perantara iklan atau toko sebagai perantara.

Ada perbedaan dan persamaan antara direct selling dan network marketing. Istilah direct selling lebih dulu muncul dibanding network marketing. Istilah ini merujuk pada aktifitas penjualan barang-barang atau produk langsung kepada konsumen, dimana aktifitas penjualan tersebut dilakukan oleh seorang penjual langsung (direct seller) dengan disertai presentasi dan demo produk. Esensinya adalah adanya tenaga penjual independen yang menjualkan produk atau barang dari produsen kepada konsumen.³

Dalam sejarah industry ini, direct selling pertama kali muncul dengan beroperasinya The California Perfume

³“*Apa Beda Direct Selling dengan MLM?*”, http://apli.or.id/website/index.php?option=com_content&view=article&id=54:apa-beda-direct-selling-dengan-mlm&catid=3:berita diakses tanggal 27 April 2012.

Company di Newyork tahun 1886 yang didirikan oleh Dave Mc Connel. Mc Connel ialah yang memiliki ide mempekerjakan Mrs. Albee sebagai California perfume lady yang pertama dengan cara menjual langsung kepada konsumen dari rumah ke rumah. Perusahaan ini kemudian berganti nama menjadi Avon pada tahun 1939, sementara Mrs. Albee sendiri di anggap sebagai pioneer metode penjualan direct selling.⁴

Dalam perkembangan berikutnya muncul perusahaan Nutrilite tahun 1934 di California dengan metode penjualan baru yaitu memberi komisi tambahan pada distributor independen yang berhasil merekrut, melatih dan membantu anggota baru itu untuk ikut menjual produk.⁵ Metode baru ini memungkinkan seorang distributor terus merekrut anggota baru dengan kedalaman dan keluasan yang tidak terbatas. Berikutnya tahun 1956 berdiri Shaklee dan dan di tahun 1959 berdiri Amway dengan metode penjualan yang sama yang lama kelamaan

⁴Firman wahyudi "*Multi Level Marketing (MLM) dalam kajian fiqih Muamalah*"<http://www.badilag.net/data/ARTIKEL/MULTI%20LEVEL%20MARKETING.pdf> diakses tanggal 26 April 2012.

⁵Fienso F.A dan Endang Agustina, *Distributor MLM sang Milliuner*, (Jakarta: Cakrawala, 2008), h. 82.

dikenal dengan metode penjualan network marketing/multi level marketing.⁶

Di Indonesia sendiri network marketing masuk dan diperkenalkan pada akhir era tahun 80-an. Mulanya, distributor-distributor yang terjun pada saat itu hanya menganggap bisnis network marketing sebagai lahan untuk mendapat penghasilan tambahan atau dengan kata lain sebagai penghasilan kedua setelah pekerjaan utama. Namun akhir-akhir ini perkembangan menunjukkan bahwa bisnis dengan sistem network marketing ini justru dijadikan sebagai sumber penghasilan yang utama bahkan telah merambah di tengah masyarakat dan banyak mewarnai suasana pasar karena mengingat dengan modal yang tidak terlalu besar seseorang bisa mendapatkan penghasilan yang jauh di atas rata-rata kebanyakan orang. Hal ini juga didukung oleh kondisi budaya bangsa Indonesia, sifat tolong menolong yang sangat dibutuhkan dalam menjalankan bisnis ini semakin memperkuat image bahwa bisnis network marketing ini sangat cocok untuk dijalankan

⁶Firman wahyudi "Multi Level Marketing (MLM) dalam Kajian Fiqih *Muamalah*"

<http://www.badilag.net/data/ARTIKEL/MULTI%20LEVEL%20MARKETING.pdf> diakses tanggal 26 April 2012.

di Indonesia. Bukan tanpa alasan, Robert T. Kiyosaki dalam bukunya yang berjudul “*Rich Dad’s the Business school for People Who Like Helping People*” meramalkan adanya tren perubahan tatanan ekonomi dunia yang digerakkan oleh industri pemasaran jaringan⁷.

Sebagian orang Indonesia mengasah jiwa kewirausahaannya melalui bisnis network marketing ini, meskipun juga ada yang menganggap bisnis ini sebagai bisnis tipu-tipuan dan tidak realistis. Hal tersebut dapat dipahami, Mengingat belakangan ini banyak bisnis bersifat money game yang kemudian berkedok network marketing. Untuk itu setiap orang yang terjun ke bisnis network marketing diharapkan dapat menilai suatu perusahaan yang menyatakan diri sebagai network marketing, apakah benar-benar perusahaan tersebut menjalankan bisnis network marketing murni atau sebaliknya hanya menggunakan istilah network marketing sebagai kedok di mana bisnis yang sebenarnya dijalankan adalah bersifat money game.

Pada mulanya dan pada umumnya produk yang ditawarkan pada bisnis network marketing hanya berupa barang. Akan tetapi seiring berjalannya waktu, kini

⁷ Robert T. Kiyosaki & Sharon J. Letcher, *Rich Dad’s the Business school for People Who Like Helping People*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2006), h. 12.

perusahaan bisnis network marketing di Indonesia juga menawarkan obyek penyaluran produk jasa. Dalam hal ini seperti halnya jasa pelayanan pemberangkatan umrah dan haji yang digunakan oleh PT. Arminareka Perdana.

PT. Arminareka Perdana merupakan Biro Perjalanan Umrah dan Haji Plus yang menggunakan sistem pemasaran dengan sistem network marketing. Karena bentuk transaksi bisnis dengan obyek berupa produk jasa pelayanan umrah dan haji seperti ini tergolong pada bisnis modern, dengan demikian sudah tentu mengandung banyak transaksi baru yang perlu dilakukan tinjauan hukum fiqh muamalah terhadap kedudukan hukumnya dalam kaca mata Islam. Selain itu sudah semestinya pula bagi para pebisnis muslim untuk mengetahui hukum bisnis dengan sistem network marketing ini sebelum bergelut di dalamnya.

Berdasarkan pemaparan di atas, penulis merasa tertarik untuk mengetahui, meneliti serta mengkaji lebih jauh lagi sistem pemasaran diterapkan oleh PT. Arminareka Perdana ini, dengan demikian tulisan ini akan dituangkan dalam skripsi yang berjudul **“TINJAUAN FIQH MUAMALAH TERHADAP SISTEM PEMASARAN BIRO PERJALANAN UMRAH DAN HAJI PLUS PT.**

ARMINAREKA PERDANA (PT. LUAS : LIMA UTAMA SUKSES Divisi Marketing)”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan judul penelitian di atas, maka masalah dalam penelitian skripsi ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Bisnis dengan cara pemasaran network marketing termasuk pada bisnis modern yang belum secara luas diketahui kedudukan hukumnya.
2. Berkembangnya cara pemasaran network marketing pada bisnis penjualan produk jasa pelayanan umrah dan haji memunculkan permasalahan dan bersifat kontroversial sehingga diperlukan kejelasan hukumnya.
3. Di antara akad yang digunakan dalam bisnis pemasaran penjualan produk jasa umrah dan haji pada PT. Arminareka Perdana meliputi akad penjualan umrah/haji dan akad pemberian komisi serta bonus dari perusahaan kepada distributor independen.

C. Pembatasan dan Perumusan Masalah

1. Pembatasan Masalah

Berdasarkan masalah di atas maka penulis membatasi penelitian ini khusus pada tinjauan hukum fiqh muamalah terhadap sistem pemasaran umrah dan haji plus pada PT. Arminareka Perdana dalam hal transaksi penjualan dan pemberian komisi serta bonus perusahaan kepada distributor independen.

2. Perumusan Masalah

Untuk mempermudah penulisan skripsi ini, maka permasalahan pada penulisan ini akan dirumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana sistem pemasaran umrah dan haji plus pada PT. Arminareka Perdana?
2. Apakah sistem pemasaran umrah dan haji plus khususnya dalam transaksi penjualan dan pemberian komisi serta bonus pada PT. Arminareka Perdana telah sesuai dengan fiqh muamalah?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan pemaparan pada perumusan masalah di atas, tujuan yang ingin dicapai dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui sistem pemasaran umrah dan haji plus pada PT. Arminareka Perdana.
2. Untuk mengetahui kesesuaian sistem pemasaran umrah dan haji plus pada PT. Arminareka Perdana dengan konsep fiqh muamalah.

Sejalan dengan tujuan penelitian di atas maka manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menambah khazanah ilmu pengetahuan serta cakrawala berpikir bagi penulis, serta mampu mengaplikasikan teori yang telah dikaji dan ditulis .
2. Sebagai kontribusi dan input atau bahan masukan dalam upaya meningkatkan keberhasilan manajemen pemasaran umrah dan haji pada PT. Arminareka Perdana.
3. Sebagai bahan referensi dan saran pemikiran bagi para akademisi dan masyarakat pada umumnya dalam menunjang penelitian selanjutnya serta bermanfaat sebagai bahan perbandingan bagi peneliti yang lain.

E. Studi Pustaka

Berdasarkan telaah yang telah dilakukan terhadap sumber kepustakaan, dapat dilihat bahwa apa yang

merupakan masalah pokok dalam penelitian ini tampaknya sangat penting dan prospektif, karena penelitian ini menyoroiti manajemen sebuah perusahaan yang keberadaannya sangat penting di lingkungan masyarakat. Sedangkan menurut kajian pustaka yang telah dilakukan, penulis belum mendapatkan tulisan atau laporan yang memuat tentang konsep pemasaran dengan sistem network marketing pada perusahaan penyelenggara perjalanan umrah dan haji, hanya sebatas judul berikut ini: **Marheni, NIM. 101046122352**, Kontribusi Bisnis MLM Terhadap Perkembangan Ekonomi Umat. (Studi Kasus pada PT. Citra Nusantara Insan Cemerlang (CNI)), (Konsentrasi Perbankan Syariah program studi Muamalat Fakultas Syariah dan hukum UIN Jakarta 2009) dan **Dehen Pantar Nusantara, NIM. 1050 46101629**. Analisis Pemasaran Multi Level Marketing pada Perusahaan Tiens International Group Corp. Menurut pandangan Ekonomi Islam. (Konsentrasi Perbankan Syariah Program Studi Muamalat Fakultas Syariah dan Hukum UIN Jakarta 1431 H/2010 M).

Permasalahan yang dibahas dalam skripsi Saudari Marheni adalah perihal kontribusi bisnis MLM terhadap perkembangan atau pemberdayaan ekonomi umat dengan

obyek penelitian pada PT. Citra Nusantara Insan Cemerlang (CNI), sedangkan penelitian pada skripsi saudara Dehen Pantar Nusantara berkaitan dengan tinjauan hukum Islam terhadap pemasaran Multi level Marketing pada Perusahaan Tiens International Group Corp. Adapun penelitian pada skripsi ini lebih difokuskan membahas sistem pemasaran yang dijalankan oleh PT. Arminareka Perdana sebagai Biro Perjalanan Umrah dan Haji Plus dalam hal ini lebih khusus menyoroti tinjauan fiqh muamalah terhadap transaksi penjualan dan pemberian komisi serta bonus kepada distributor independen pada perusahaan tersebut.

F. Kerangka Teori / Konsep

Kerangka teori penulisan skripsi ini didasarkan pada beberapa landasan, diantaranya, jika dilihat dari sisi perekrutan anggota yang dilakukan terus menerus dalam rangka penjualan produk umrah dan haji, kegiatan ini dapat diidentikan dengan transaksi network marketing, selanjutnya jika dilihat dari aspek syariah, transaksi pada sistem pemasaran umrah dan haji plus pada PT. Arminareka Perdana ini dapat dikelompokkan pada beberapa akad, yaitu, jika dilihat dari kegiatan penjualan

langsung yang dilakukan kepada konsumen, hal ini dapat dikategorikan pada akad *bai'* (jual beli). Adapun jika dilihat dari sisi transaksi yang dilakukan oleh perusahaan dengan distributor, dimana terdapat sisi keuntungan secara tidak langsung yang diberikan jamaah kepada perusahaan karena pelayanan yang diberikan, maka bisnis ini identik dengan transaksi pembiayaan *ijârah*, sedangkan pemberian bonus baik dalam bentuk komisi, ataupun lainnya dari perusahaan kepada distributor (jamaah yang sudah menjadi anggota) yang telah berhasil merekrut jamaah lain untuk mendaftar umrah/haji pada perusahaan tersebut dapat dikategorikan pada akad *ju'âlah*. Dengan demikian maka kerangka teori dari penulisan ini menggunakan konsep *network marketing*, *bâi'* (jual beli), *ijârah* (sewa menyewa), dan *ju'âlah*.

Oleh karena integrasi teknologi yang sangat cepat memungkinkan untuk terjadinya dan terciptanya inovasi-inovasi baru bagi setiap perusahaan untuk mengembangkan strategi bisnisnya. Dengan demikian permasalahan ini kiranya penting untuk dikaji dan ditinjau lebih jauh.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian yang bersifat deskriptif, yaitu penelitian yang bertujuan menggambarkan atau mendeskripsikan mekanisme pemasaran umrah dan haji plus pada PT. Arminareka Perdana, serta menganalisis transaksi penjualan dan pemberian komisi serta bonus yang diterapkan oleh perusahaan ini berdasarkan tinjauan dari aspek syari'ah.

2. Pendekatan penelitian

Pendekatan penelitian yang dilakukan adalah studi kasus yang bertujuan untuk mempelajari penerapan system pemasaran pada PT. Arminareka Perdana.

3. Jenis Data dan Sumber Data

Salah satu unsur terpenting dalam menyusun sebuah tulisan adalah data penelitian. Data-data yang dipakai dalam menyusun skripsi ini berupa data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dalam proses penelitian yang diperoleh melalui wawancara atau

pengamatan. Dalam penulisan skripsi ini, penulis menggunakan data primer yang merupakan hasil wawancara dengan pihak-pihak yang terlibat dalam PT. Arminareka Perdana. Dalam penelitian ini data yang diperlukan berkaitan dengan sejarah berdirinya PT. Arminareka perdana, visi misi, legalitas, susunan dan struktur organisasi, prinsip operasional, produk-produk, ketentuan pembatalan pemberangkatan umrah/haji, mekanisme pemasaran umrah dan haji, serta marketing plan perusahaan.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung atau data yang diperoleh melalui studi dokumen/pustaka (library research). Melalui studi dokumen ini diharapkan data-data yang terkait dengan kerangka penelitian dan seluruh ruang lingkup aspek hukum yang berhubungan dengan usaha bisnis network marketing.

4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. **Penelitian Kepustakaan (Library Research)**

Yaitu penelitian yang penulis lakukan terhadap literature yang berkaitan dengan penulisan skripsi ini, diantaranya: buku-buku pustaka, skripsi terdahulu serta informasi dari blog yang memadai dan berkaitan dengan teori tentang network marketing.

b. **Penelitian Lapangan (Field Research).**

Yaitu pengumpulan data dan informasi tentang sistem pemasaran dengan network marketing pada PT. Arminareka Perdana yang didapatkan melalui teknik interview (wawancara) dengan pihak-pihak yang terlibat dalam penelitian ini, baik secara langsung maupun tidak langsung.

5. Teknik Analisa dan Interpretasi Data

Data yang terkumpul akan dianalisis secara kualitatif, yaitu akan dideskripsikan dan ditafsirkan melalui tahapan-tahapan berikut ini:

a. **Reduksi Data**

Data yang diperoleh melalui studi kasus akan dicek kelengkapannya dan kemudian dipilah-pilah berdasarkan satuan konsep, kategori atau tema tertentu. Dalam hal ini data yang tidak diperlukan

disisihkan sehingga hanya yang diperlukan saja yang akan dipakai.

b. Display Data

Mengingat banyaknya data yang harus dianalisis dan untuk mengukur tingkat kesulitan dalam pemaparan dan penguasaan kesimpulan, maka perlu dibuat sketsa, matrik, atau grafik sehingga keseluruhan data dan bagian-bagian rincinya dapat dipetakan secara jelas.

c. Kesimpulan

Data yang telah dipolakan dan disusun secara sistematis, baik melalui penentuan tema maupun yang telah dibuat sketsa dan matriknya akan dianalisis dan kemudian diambil kesimpulan sehingga makna data dapat ditemukan.

6. Teknik Penulisan

Untuk mencapai hasil yang maksimal, sebuah tulisan karya ilmiah hendaknya mempunyai teknik penulisan yang baik dan mengikuti pedoman yang ada. Adapun teknik penulisan dalam skripsi ini menggunakan “Pedoman Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Institut Ilmu al-Qur’an IIQ Jakarta 2011”.

H. Sistematika Penulisan

Sebagai gambaran sederhana dalam memudahkan penulisan skripsi ini, maka kami susun sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan: Memuat latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan dan perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II Kajian Teoritis: Bab ini merupakan kumpulan tinjauan teoritis mengenai hal-hal yang berkaitan dengan penelitian, di antaranya membahas tentang konsep umum network marketing, jual beli, ijârah serta ju'âlah yang meliputi: definisi network marketing, konsep operasional network marketing, perbedaan antara sistem network marketing dengan sistem penggandaan uang (money game). Sedangkan dalam konsep jual beli akan membahas tentang definisi jual beli, dasar hukum jual beli, rukun dan syarat jual beli, macam-macam jual beli, serta jual beli yang dilarang dalam Islam. Dan pada pembahasan ijârah (penyewaan) akan membahas tentang definisi ijârah, macam--macam ijârah, dasar hukum ijârah, rukun dan syarat sah ijârah, serta berakhirnya akad

ijârah. Adapun pada pembahasan ju'âlah, penulis akan membahas mengenai definisi ju'âlah, dasar hukum ju'âlah, syarat-syarat ju'âlah serta pembatalan akad ju'âlah.

Bab III Gambaran Umum PT. Arminareka Perdana: Bab ini akan mendeskripsikan tentang perusahaan Arminareka Perdana, dan yang menjadi fokus pada penelitian ini adalah sejarah berdirinya PT. Arminareka Perdana, visi dan misi, legalitas, susunan dan struktur organisasi, prinsip operasional, produk- produk, ketentuan pembatalan pemberangkatan umrah/haji, mekanisme pemasaran umrah dan haji, serta marketing plan perusahaan.

Bab IV Analisis Hukum Islam Terhadap Sistem pemasaran Umrah dan haji Plus pada PT. Arminareka Perdana: Bab ini akan membahas tentang tinjauan hukum berdasarkan peraturan pemerintah tentang konsep pemasaran terhadap sistem pemasaran pada PT. Arminareka Perdana, tinjauan fiqh muamalah terhadap transaksi penjualan dan pemberian komisi serta bonus pada bisnis pemasaran umrah dan haji plus PT. Arminareka Perdana serta tinjauan berdasarkan fatwa DSN

MUI No: 75/DSN MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).

Bab V Penutup: Bab ini memuat kesimpulan dan saran / rekomendasi yang diperoleh dari hasil penelitian.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari penelitian penulis tentang tinjauan fiqh muamalah terhadap sistem pemasaran biro perjalanan umrah dan haji plus PT. Arminareka Perdana (PT. LUAS: Lima Utama Sukses) divisi marketing ini, maka ada beberapa pokok penting yang dapat disimpulkan, di antaranya yaitu:

1. PT. Arminareka Perdana adalah salah satu perusahaan penyelenggara umrah dan haji plus di Indonesia yang menggunakan sistem network marketing dalam mengembangkan usahanya. Sistem network marketing yang digunakan oleh perusahaan ini tidak sepenuhnya seperti sistem yang dipakai oleh perusahaan network marketing pada umumnya. Obyek yang dipasarkan oleh perusahaan ini merupakan produk jasa umrah/haji yang notabene merupakan ibadah, sedangkan pada perusahaan network marketing pada umumnya produk yang dipasarkan biasanya bersifat barang (benda berwujud).

2. Menurut pandangan fiqh muamalah pada dasarnya bisnis network marketing ini merupakan salah satu bentuk aktifitas ekonomi yang diperbolehkan sepanjang tidak ada dalil *syar'i* yang melarangnya, baik dalam bentuk umum, seperti ketidakjelasan hubungan antara perusahaan dengan distributor, ketidakadilan dalam sistem imbal jasa dan lain-lain, ataupun dalil khusus tertentu dalam Al-Qur'an dan sunnah Rasulullah SAW. Seperti riba, ihtikar, gharar, jahalah dan sebagainya. Berdasarkan fatwa DSN-MUI tentang PLBS, diantara akad yang digunakan pada sistem network marketing ini adalah akad jual beli (*ba'i*), sewa-menyewa (*ijârah*), dan *ju'âlah*. Berkaitan dengan sistem pemasaran yang digunakan oleh PT. Arminareka Perdana ini penulis menilai kegiatan pemasaran umrah dan haji pada PT. Arminareka Perdana ini belum dapat dikatakan sesuai dengan *syari'at* Islam, karena dalam prakteknya masih ditemukan unsure gharar (penipuan), jahalah (ketidakjelasan) dan *ighra'*, diantaranya:
 - a. Jika dikaitkan dengan akad *ba'i*, dalam transaksi ini tidak ada *'ain* yang jelas mengenai bentuk *mabi'* (barang yang diperjualbelikan), selain itu jika memang terjadi jual beli, tidak ada kejelasan

batas waktu khiyar yang disepakati oleh pihak perusahaan dan jama'ah. Sehingga memunculkan gharar/ ketidakpastian mengenai batas waktu bagi nasabah dalam mendapatkan haknya serta dalam menunaikan seluruh kewajibannya.

- b. Jika dilihat dari sisi akad ijârah, transaksi yang digunakan tidak dapat diidentikkan dengan pembiayaan ijârah fi al-*a'mal* (ijârah yang bersifat pekerjaan) karena antara *musta'jir* (jama'ah) dan *mu'jir* (perusahaan) tidak ada kesepakatan yang jelas mengenai penerimaan manfa'at yang menjadi obyek ijârah dalam hal ini berkaitan dengan ketentuan waktu pemberangkatan *musta'jir* (jama'ah), yang disebabkan belum pastinya waktu pelunasan yang dapat disanggupi oleh jama'ah. Akad yang lebih cocok digunakan pada transaksi ini adalah akad ijârah maushufah fil dzimmah, karena obyek dalam akad ini yaitu manfaat pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada jamaah seperti berupa tiket pesawat, bimbingan dari tim muthawif, catering dan lain-lain adalah manfaat yang akan diberikan kemudian, sehingga perusahaan boleh meminta pihak jamaah yang telah bersedia

menyewa jasa pelayanan tersebut dengan membayar uang muka kepada perusahaan sebagai penjamin atas keseriusan dalam menunaikan kesediaannya dengan syarat uang tersebut hanya sebagai pengganti sejumlah biaya seperti kartu tanda anggota, formulir, staterkit dan lain-lain.

- c. Selanjutnya jika dilihat dari sisi pemberian bonus dari perusahaan kepada jamaah (distributor) yang berhasil merekrut jama'ah baru, akad ini dapat diqiyaskan dengan akad *ju'âlah*. Akad *ju'âlah* dalam pandangan Islam adalah mubah walaupun ada sebagian fuqaha yang tidak memperbolehkannya dengan alasan bahwa dalam akad *ju'âlah* ini terdapat unsure *gharar* karena didalamnya terdapat ketidaktegasan dari segi batas waktu penyelesaian pekerjaan atau cara dan bentuk pekerjaannya. Dalam permasalahan ini penulis berpendapat bahwa hukum dari akad ini pun dianggap tidak sah karena kebolehan dari akad *ju'âlah* ini sangat bergantung pada hukum akad dasar sebelumnya (*bai'* dan *ijârah*).
- d. Selain itu penulis menilai bahwa dalam sistem perekrutan jamaah juga memunculkan *ighra'* yaitu

promosi yang dilakukan oleh distributor dengan menjanjikan suatu komisi/bonus, yang berlebihan sehingga memunculkan daya tarik yang menyebabkan orang lain lalai terhadap kewajibannya demi melakukan transaksi dalam rangka memperoleh komisi/bonus yang dijanjikan tersebut.

B. Saran

Sebagai akhir dari tulisan ini, penulis ingin menyarankan beberapa hal terkait dengan pembahasan sistem pemasaran network marketing pada PT. Arminareka Perdana ini, diantaranya :

1. Bisnis network marketing adalah bisnis yang sangat berpeluang untuk disalahgunakan, maka penulis menyarankan agar :
 - a. Bagi pihak perusahaan, diharapkan untuk lebih memperbaiki sistem yang telah ada dengan menggunakan akad-akad yang sesuai dengan syari'at Islam.
 - b. Perusahaan memiliki seluruh aspek legalitas formal dari pihak otoritas pemerintah.
 - c. Selain memiliki DPS (Dewan Pengawas Syari'ah) sebaiknya PT. Arminareka Perdana ini juga memiliki regulator yang berfungsi sebagai

pemantau kinerja perusahaan, karena persoalan ini berkaitan dengan uang amanah milik umat yang harus dijaga dengan sebaik-baiknya.

2. Bagi lembaga DSN-MUI, sebaiknya segera menerbitkan fatwa khusus tentang pemasaran network marketing pada pelayanan umrah dan haji, karena fatwa ini sangat penting untuk dijadikan rujukan dan pedoman bagi umat Islam dalam menunaikan kewajiban rukun islam yang ke-5.
3. Dewan Pengawas Syariah (DPS) diharapkan lebih aktif dalam mengontrol dan meninjau kembali aplikasi akad yang diterapkan pada PT. Arminareka Perdana.
4. Bagi pemerintah, agar menindak perusahaan yang menyelewengkan bisnis network marketing dan memberi hukuman dan sanksi .
5. Bagi masyarakat, agar bergabung dengan perusahaan network marketing yang telah mempunyai SIU (surat izin Usaha) atau sertifikat dari DSN-MUI sebagai Lembaga bisnis Syariah (LBS), selain itu juga sebelum menjadi anggota/member, sudah semestinya bersikap jeli dan meneliti terlebih dahulu terhadap perusahaan bisnis network marketing yang dituju. Apakah menggunakan sistem network marketing murni atau justru menggunakan sistem money game.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Muhammad Ibnu, al-Syarakhsi al-Mabsuth, juz XV, Kairo: Mathba' Al-Sa'adah, 1324 H.
- Al-Baihaqi Ahmad bin al-Husain bin Ali bin Musa al-Khurasani Abu Bakar, Sunan al-Kubra, Beirut, Dar al-Kutub al-ilmiah, 2004.
- Brosur Program Umrah dan Haji Plus PT. Arminareka Perdana tahun 2012.
- Al-Bugha, Musthafa Did, Dr, Buku Pintar Bertransaksi *Syari'ah*, Jakarta: Hikmah, 2010.
- Al- Bukhari, Muhammad bin Ismail Abu Abdillah, Shahih Bukhari, Beirut: Dar al-Fikr, 2009.
- Carmichael, Allen, Network and MLM, terj. Dja'far, Jakarta: PT. Pustaka Delapratama, 1996.
- Al-Daruquthni Abu al-Hasan Ali bin Umar bin Ahmad bin Mahdi bin Mas'ud bin al-Nu'man bin Dinar al-Baghdadi, Sunan al-Daruquthni, Beirut: Muasasah al-Risalah, 2004.
- Departemen agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Jakarta: CV. Samara Mandiri, 1999.
- _____, *Al-Qur'an dan Tafsirnya*, jilid I, Jakarta: PT. karya Toha Putra, 2009.
- DSN MUI, Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI, Jilid 2, Jakarta: Gaung Persada Press, 2010.

- Echols, Jhon M, dan Hasan Shadily, *Kamus Inggris-Indonesia : an English Indonesian Dictionary*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka utama, 1996.
- Al Faqih Abul Wahid Muhammad bin Achmad bin Muhammad Ibnu Rusyd, *Bidayatul Mujtahid wa Nihayatul Muqtashid*, terj. Drs. Imam Ghazali Sa'id, MA dan Drs. Achmad Zainuddin, Beirut: Dar Al-Jiil, 1989.
- Fienso F.A & Endang Agustina, *Distributor MLM Sang Milliuner*, Jakarta: Cakrawala, 2008.
- Ghazaly, Abdul Rahman Ghazaly, dkk, *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010
- Haroen, Nasrun. Prof., Dr., H., MA., *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000.
- Hasan, M. Ali, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam (Fiqh Muamalat)*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003.
- Al- Jaziry, Abd. al-Rahman. *Kitab Fiqh 'ala Madzahib Arba'ah*. Mesir: Mathba'ah Tijariyah al- Kubra, tt.
- Al-Kasani, Alauddin, *Bada'I ash-Shana 'i fi Tartib Syara'*, juz IV, Syirkah Al-Mathbu'ah, Mesir, tt.
- Kisata, Pindi, *Why Not MLM ?*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 2005.
- Kiyosaki, Robert T. dan Letcher, Sharon J, *Rich Dad's the Business School for People Who Like Helping People*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2006.

- MLM Ledaers, *The Secret Book of MLM*, Surabaya: MIC Publishing, 2007.
- MUI, *Tanya Jawab Seputar Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia*, Jakarta: Sekretariat DSN-MUI, 2011.
- Munawwir, Ahmad Warsono, *Kamus Arab - Indonesia Al-Munawwir*, Surabaya: Pustaka Progressif, 1997.
- Al- Naisyaburi, Muslim bin Al-hajjaj Abu Hasan al-Qusyairi, *Shahih Muslim*, juz 3, Beirut: Dar Ihya al-Turast, 2004.
- Qardawi, Yusuf, Dr. Norma dan Etika Ekonomi Islam, terj. Zainal Arifin dan Dahlia Husein, Jakarta: Gema Insani, 2006.
- Al-Qazwaini, Ibnu Majah Abdullah Muhammad bin Yazid, *Sunan Ibnu Majah*, Dar al-Fikr, 2006.
- Roller, David, *How to Make Big Money in Multi Level Marketing*, *Menjadi Kaya dengan Multi-Level Marketing*, terj. Waskito, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1995.
- Sabiq, Sayyid , *Fiqhus Sunnah*, jilid V, terj. Mujahidin Muhayan, Lc. Jakarta: Pena Pundi Aksara, 2010.
- Al- Sajastani, Abu Daud Sulaiman bin al-Asyats bin Ishaq bin Basyiir bin Syaddadbin Amral-Azdi, *Sunan Abu Daud*, Bab fi Al- *'Urbun*, juz 10, Beirut: Dar al-Fikr, 2005.
- Ash-Shan'ani, Muhammad bin Isma'il Al-Amir, *Subul As-Salam (Syarah Bulughul Maram)*, Jilid 2, terj. Muhammad Isn'an, Lc, dkk, Jakarta: Darussunnah, 2010.

Asy-Syirazi, Abu Ishaq, Al-Muhadzdzab, Isa al-Babi al-Halabi, Mesir, tt.

Suhendi, Hendi, Dr., H., MA., Fiqh Muamalah, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.

Syafe'i, Rahmat, Fiqh Muamalah, Bandung: CV. Pustaka Setia, 2004.

Az- Zuhaili, Wahbah, al-Fiqhu asy-Syafi'i al-Muyassar, jilid I, terj. Muhammad Afifi, dkk, Jakarta: Almahira, 2010.

_____, Fiqh Sunnah wa Adillatuhu, terj. Abdul Hayyie Al-kattani, Jakarta: Gema Insani, 2011.

Agustianto, "*Multi Level Marketing Menurut Hukum Islam*"
<http://www.agustiantocentre.com/?p=930>, diakses tanggal 28 Februari 2012.

"*Apa Beda Direct Selling dengan MLM?*"
http://apli.or.id/website/index.php?option=com_content&view=article&id=54:apa-beda-direct-selling-dengan-mlm&catid=3:berita diakses tanggal 27 April 2012.

Arminareka Perdana, "*Sejarah PT. Arminareka Perdana*"
<http://niat-berangkat-umroh.blogspot.com/2011/03/sejarah-pt-arminareka-perdana.html>, diakses tanggal 25 Februari 2012.

CD Profil Arminareka Perdana "*Jalan Menuju Baitullah*".

Company Profile's book PT. Arminareka Perdana, tp, tt.

Firman wahyudi "*Multi Level Marketing (MLM) dalam kajian fiqh Muamalah*"
<http://www.badilag.net/data/ARTIKEL/MULTI%20LEVE L%20MARKETING.pdf> diakses tanggal 26 April 2012.

MUI Bandung, "*Fatwa MUI kota Bandung tentang MLM*",
<http://www.scribd.com/doc/55674887/Fatwa-MUI-Tentang-Network-Marketing-MLM>, diakses tanggal 29 Februari 2012.

MUI Jatim, "*Berbagai Bentuk MLM adalah Haram*",
<http://www.nikiwae.com/news/111-mui-jatim-berbagai-bentuk-mlm-adalah-haram.html>, diakses tanggal 29 Februari 2012.

"*Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor : 13/M-DAG/PER/3/2006 tentang ketentuan dan tata cara penerbitan Surat izin usaha penjualssan langsung*"
<http://www.depdag.go.id/files/regulasi/2006/03/MDAG-NO.13.pdf>, diakses tanggal 26 Februari 2012.

Wawancara dengan Direktur Marketing PT.Arminareka Perdana, H. Subaebasni, SE, Salemba, 01 Maret 2011.

Wawancara dengan Presenter PT. Arminareka Perdana, Mukhlis Raya, Salemba, 22 Februari 2012.

Wawancara dengan Wakil Sekretaris BPH DSN-MUI (pihak periview PT. Arminareka Perdana), Bapak Kanny, Matraman, 08 Februari 2012.