

**STRATEGI DAKWAH *MULTI LEVEL MARKETING* SYARIAH
DALAM PENGGUNAAN PRODUK HALAL
(STUDI PADA AL-FATIH HP AI KOTA BENGKULU)**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Dalam Bidang Manajemen Dakwah

OLEH :

HERLITA ANGGRAINI

NIM: 1516330017

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
JURUSAN DAKWAH
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DANDAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
TAHUN 2019**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi atas nama: Herlita Anggraini NIM: 1516330017 yang berjudul
"Strategi Dakwah Multi Level Marketing Syariah dalam Penggunaan Produk
Halal (Studi Pada Al-Fatih HPAI kota Bengkulu)." Program Studi Manajemen
Dakwah (MD) Jurusan Dakwah Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut
Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Skripsi ini telah diperiksa dan diperbaiki
sesuai dengan saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena itu, sudah layak
untuk diujikan dalam sidang munaqasyah/skripsi Fakultas Ushuluddin, Adab dan
Dakwah IAIN Bengkulu.

Bengkulu, Juli 2019.

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Rahmat Ramdhani, M.Sos.I
NIP. 198306122009121006

(Wira Hadikusuma, M.S.I)
NIP. 198601012011011012

Mengetahui,

Ketua Jurusan Dakwah

Dr. Rahmat Ramdhani, M.Sos.I
NIP. 198306122009121006



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU**

Jalan Raden Fatah Pangr Dewo Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-5117-51172-53879; Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

Skripsi atas nama: **HERLITA ANGGRAINI NIM: 1516330017** yang berjudul **"Strategi Dakwah Multi Level Marketing Syariah dalam Penggunaan Produk Halal (Studi pada Al-Fatih HPAI kota Bengkulu)"**. Telah diujikan dan dipertahankan di depan tim sidang *Munaqasyah* Jurusan Dakwah Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 15 agustus 2019

Dengan ini dinyatakan **LULUS**, dapat diterima dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam program studi Manajemen Dakwah.

Bengkulu, 15 agustus 2019
Dekan

Dr. Suhrman, M.Pd
NIP. 196802191999031003

Sidang Munaqasyah

Ketua

Sekretaris

Dr. Rahmat Ramdhani, M. Sos.
NIP. 198306122009121006

Wira Hadikusuma, S. Sos.I M.S.I
NIP. 198601012011011012

Penguji I

Penguji II

H. Jonsi Hunadar, M. Ag
NIP. 197204091998031001

H. Ahmad Farhan, M. S.I
NIP. 198103112009011007

MOTTO

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ

لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya : Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan, karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu. (Q.S. Al-Baqarah 2 : 168)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, penuh syukur dan mengharap ridho Allah SWT berkat segala Rahmat, Nikmat, Ilham, Taufiq, dan Hidayah-Ny, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam untuk Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan pengikutnya hingga akhir zaman. Dengan ini kupersembahkan karya kecil ini kepada:

- Kedua orang tuaku yang ter-istimewa Bapakku Mawanudin dan Emakku Yuniarti yang telah membesarkanku dengan penuh kasih sayang, serta memberi dukungan, perjuangan, motivasi dan pengorbanan untuk membukakan jalanku menuju masa depan yang lebih baik.
- Untuk saudara-saudaraku, Nurhayati Ramadhania dan Muhammad Wahyu Ilhai walaupun saat dekat kita sering bertengkar, tapi saat jauh kita saling merindukan, terimakasih untuk bantuan dan semangat dari kalian, semoga awal dari kesuksesan ini dapat membanggakan kalian.
- Untuk Sepupuku (Inga) Jenny agustina dan (Nanut) Wahyu Marhasanah terimakasih telah menemaniku dari awal kuliah sampai sekarang, saling menguatkan saat orang-orang tak ada yang berani mendekati kita.
- Untuk sahabat-sahabatku yang tercinta (Sri Reski Apriani dan Tira Wulani) terimakasih sudah menemaniku saat awal kuliah sampai saat ini dan terimakasih atas suport yang kalian berikan untuk mengerjakan skripsi ini dan selalu ada saat duka dan duka.
- Sahabat SMAku (Titi Wulandari, Vivi Tri Suci, Lufia Sefti Marlina, Mella Angraini, Yunita Mutiara, Karvina Leci pertiwi, Inga gita, Oza Mandala, Ricky Ricardo, Azwar, Muhammad Veven) terimakasih telah menemaniku, memberiku suport, dan menjadi sahabatku sampai sekarang walau kita sudah jarang bertemu karena "Jarak".
- Untuk keluarga KKNku Squad 68 Sukaraja (Winda Angraini, Helma Yuliana, Shinta Orama Syafitri, Junita Malasari, Oktiani, Putri Wulandari, Sonya Indah M, Fisca Feby, Panca Putra dan Bobi Herjuliansya).

Untuk teman seperjuanganku, angkatan 2015 program studi Manajemen Dakwah angkatan 3 yang hanya 1 lokal dan yang dulunya kita pernah dikuatkan akan jadi seorang manajer, hehe. terimakasih kebersamaan, kekompakan, kisah dan ceritanya. *Warning!* Jangan liat urutnnya ya, karena semuanya sudah istimewa. Ukhty MD: Sintia Yolanda Sari (Tia), Yeni Marlina (Oca), Selviana (Via), Nurhasanah (Nenek), Selviana (Via), Silvi Pepti Kumala Sari (Vii), Rina Solehah (Rin), Yuni Marlianti (Ayuk), Mardina (Dina), Putri Kumala Sari (Puput), Melpi Yuliani (Fii), Popi Puspita Sari (Popi), Yayang, Alm. Antes. MD Brother Depi Purnama (Kak), Mardiyansyah (Kakek), Muhammad Muhlisin (Ucis), Mandala Putra (Man), Kurniawansyah (Wan), Yudhi Pramadika (Yud), Eko Kristover Satrio (Kak), Tri Ilham Ariansyah (Iam), Sandika Pajarno (Dang), Gatot Aris Gunandar (G.A), Noprian Sucipto (Nop), Septian Dua Nata (Sep), Reynaldi Putra Wiranata (No), Jauhari Siantori (Jo), Jacky Julian Saputra (Jack), Edi Sudrajat (Bang), Ahmad Deviansah (Mad), Suhartono (No), Riski Febrian (Ki)



SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi dengan judul "Strategi Dakwah *Multi Level Marketing Syariah* dalam Penggunaan Produk Halal (Studi pada Al-Fatih HPAI kota Bengkulu)" adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun diperguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan peneliti sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan tim pembimbing.
3. Skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah peneliti dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini peneliti buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, peneliti bersedia menerima sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, Juli 2019

Yang menyatakan,




HERLITA ANGGRAINI
NIM. 151 633 0017

ABSTRAK

Herlita Anggraini, NIM. 151 633 0017, 2019. Strategi Dakwah *Multi Level Marketing* Syariah dalam Penggunaan Produk Halal (Studi pada Al-Fatih HPAI kota Bengkulu)

Persoalan yang dikaji dalam skripsi ini, yaitu: Bagaimana Strategi Dakwah *Multi Level Marketing* Syariah dalam penggunaan Produk Halal (Studi pada Al-Fatih HPAI kota Bengkulu). Tujuan penelitian ini, yaitu: untuk menjelaskan dan mendeskripsikan tentang Strategi Dakwah *Multi Level Marketing* Syariah dalam penggunaan produk halal. Dalam penelitian ini menggunakan penelitian Deskriptif, yaitu tipe pendekatan dalam penelitian yang penelaahannya kepada satu kasus dilakukan secara intensif, mendalam, mendetail, dan komprehensif. Jenis penelitian yaitu deskriptif kualitatif. Teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data yaitu dengan melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi.

Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa strategi dakwah *Multi Level Marketing* Syariah dalam penggunaan produk halal ini sangat tepat dan sama halnya yang dilakukan Oleh Rasulullah SAW dalam melakukan dakwahnya yakni Gethok Tular (dari mulut ke mulut) mulai dari Istrinya, sahabat, keluarga setelah itu masyarakat luas dan itu dapat membangun Silaturahmi yang mungkin jarang dilakukan. Itulah yang dilakukan *Leader-leader* HPAI dalam mengembangkan Bisnisnya yang sekaligus berdakwah, strategi yang digunakan adalah Strategi sentimental, Strategi Rasional, Strategi Indriawi dan Strategi *tilawah*.

Kata Kunci: Strategi Dakwah, *Multi Level Marketing* Syariah, dan Produk Halal

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti sampaikan kehadirat Allah SWT. Berkat rahmat dan hidayah-Nya, saya dapat menyelesaikan penyusunan Penelitian ini. Shalawat beriring salam tetap disampaikan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah memperjuangkan umat Islam menuju rahmat dari Allah SWT.

Penelitian ini berjudul **“Startegi Dakwah *Multi Level Marketing* syariah dalam Penggunaan Produk Halal (Studi pada Al-Fatih HPAI kota Bengkulu)”** yang disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S. Sos) pada Program Studi Manajemen Dakwah, Jurusan Dakwah, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu.

Peneliti telah berusaha semaksimal mungkin dengan segenap perhatian, tenaga, waktu, dan biaya agar karya ini menghasilkan yang baik dan mendekati kebenaran. Dalam proses penyusunan skripsi ini, peneliti telah banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak. Berdasarkan hal ini, peneliti mengucapkan terimakasih untuk dukungannya, arahan, bimbingan, dan doa yang telah diberikan kepada Bapak/ Ibu:

1. Prof. Dr. H. Sirajuddin, M. M. Ag., M.H selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Bengkulu
2. Dr. Suhirman, M. Pd. selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu.
3. Dr. Rahmat Ramdhani, M. Sos. I selaku Ketua Jurusan Dakwah, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu. Sekaligus sebagai Pembimbing I yang selalu membantu dan membimbing peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ashadi Cahyadi, S. Sos.I, MA selaku Ketua Prodi Manajemen Dakwah Institut Agama Islam Negeri Bengkulu.
5. Wira Hadikusuma, M.S.I selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan yang penuh kesabaran dan ketulusan.

6. Dra. Agustini, M.Ag selaku Pembimbing Akademik yang telah membimbingku selama duduk dibangku perkuliahan.
7. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing; serta memberikan berbagai ilmu-nya dengan penuh keikhlasan.
8. Untuk narasumberku, terimakasih banyak sudah mau membantu dan memberikan ilmunya untuk menyelesaikan studi ini Bapak Nusiranto, bapak Tahardin, bapak Samsudin, Ustad Imannudin dan lain-lainnya.
9. Seluruh Staf dan karyawan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Bengkulu yang telah memberikan pelayanan yang baik dalam hal administrasi.
10. Teman-teman seperjuangan beserta semua pihak yang telah mendukung dan membantu dalam penulisan skripsi ini.

Dalam penyelesaian skripsi ini penulis menyadari banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini kedepannya.

Bengkulu, Juli 2019

Penulis

HERLITA ANGGRAINI
NIM. 151 633 0017

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN PENGUJI.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
SURAT PERNYATAAN.....	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Batasan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian.....	9
E. Kegunaan Penelitian.....	10
F. Kajian Pustaka.....	10
G. Sistematika Penulisan.....	12

BAB II LANDASAN TEORI

A. Tinjauan tentang Strategi Dakwah	14
1. Pengertian Strategi.....	14
2. Pengertian Dakwah.....	15
3. Fungsi Dakwah.....	16
4. Tujuan Dakwah.....	18
5. Pengertian Strategi Dakwah.....	21
B. Tinjauan tentang Produk Halal.....	27
1. Pengertian Produk Halal.....	27
2. Kriteria Produk Halal berdasarkan Sertifikat Hala	34

C. Tinjauan tentang Multi Level Marketing Syariah.....	35
1. Pengertian MLM Syariah.....	35
2. Karakteristik dari <i>marketing</i> Syariah.....	38

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	41
B. Penjelasan Judul Penelitian	42
C. Waktu dan Lokasi.....	43
D. Informan Penelitian	44
E. Sumber Data penelitian	44
F. Teknik Pengumpulan Data	45
G. Teknik Keabsahan Data	47
H. Teknik Analisi Data	49

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskriptif Wilayah Penelitian.....	52
1. Sejarah berdirinya Al-Fatih HPAI kota Bengkulu	52
2. Visi, Misi dan Tujuan	53
3. Keunggulan HPAI.....	54
4. Produk-produk HPAI.....	55
5. Reward.....	56
6. Informan penelitian.....	57
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	58
1. Strategi Dakwah <i>Multi Level Marketing</i> Syariah.....	58
2. Analisis Hasil Penelitian	74

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	80
B. Saran.....	82

DAFTAR PUSTAKA 84

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	: Informan Penelitian	57
-----------	-----------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebelum melakukan aktivitas setiap manusia tentu mempunyai rencana atau strategi mereka masing-masing guna mencapai keinginan yang diharapkan. Strategi merupakan rencana tindakan (rangkaiian kegiatan dakwah) termasuk penggunaan metode dan pemanfaatan berbagai sumber daya atau kekuatan. Dengan demikian, strategi merupakan proses penyusunan rencana kerja, belum sampai pada tindakan. Strategi disusun untuk mencapai tujuan tertentu. Artinya, arah dari semua keputusan penyususnann strategi adalah pencapaian tujuan. Oleh sebab itu, sebelum menentukan strategi, perlu dirumuskan tujuan yang jelas serta dapat diukur keberhasilannya.¹

Sedangkan dakwah ditinjau dari segi bahasa, itu berasal dari bahasa Arab “da’wah”(دعوة). Dakwah mempunyai tiga huruf asal, yaitu dal, ‘ain, dan wawu. Ketiga huruf asal ini, terbentuk beberapa kata dengan ragam makna. Makna-makna tersebut adalah memanggil, mengundang, minta tolong, meminta, memohon, menamakan, menyuruh datang, mendorong, menyebabkan, mendatangkan, mendo’akan, menangisi, dan meratap.² Usaha dalam berdakwah ditengah-tengah kebutuhan manusia merupakan usaha dakwah yang harus dilaksanakan oleh umat Islam, baik secara individu

¹Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), hal. 349.

²Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, hal. 6.

maupun kelompok. Perintah ini telah ditegaskan dalam Q.S Ali-Imron ayat 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ
 وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Artinya : “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung.”³

Berlandaskan ayat tersebut dan melihat realita masyarakat sekarang ini, maka dalam berdakwah membutuhkan adanya inovasi dan strategi. Sehingga Islam dapat masuk di setiap lini kehidupan dan dapat diterima sesuai dengan perkembangan keilmuan dan teknologi. Menurut Asmuni Syukir strategi dakwah diartikan sebagai metode, siasat, taktik atau *maneuvers* yang dipergunakan dalam aktivitas (kegiatan) dakwah.⁴

Langkah-langkah tersebut disusun secara rapi, dengan perencanaan yang baik yaitu: (1) memperjelas secara gamblang sasaran-sasaran ideal, (2) merumuskan masalah pokok umat Islam, (3) merumuskan isi dakwah, (4) menyusun paket-paket dakwah, (5) evaluasi kegiatan dakwah. Karena itu Strategi Dakwah harus sesuai dengan kondisi masyarakat (*mad'u*) dalam konteks sosio kultural tertentu. Sebab dakwah Islam dilaksanakan dalam kerangka sosio kultural yang sudah sarat dengan nilai, pandangan hidup dan sistem tertentu, bukan nihil budaya.

³Departemen agama, *Al-Qur'an dan terjemahannya*, (Semarang: Asy-syifa', 1998), hal. 50.

⁴Asmuni Sukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlas, 1983), hal.32.

Perdagangan atau jual beli secara bahasa (*lughatan*) berasal dari bahasa Arab *al-bai*, *at-tijarah*, *al-mubadalah* artinya mengambil, memberikan sesuatu atau *barter*. Secara istilah (syariah) madhab Hanafiyah berpendapat, jual beli adalah pertukaran harta (*mal*) dengan harta melalui sistem yang menggunakan cara tertentu. Sistem pertukaran harta dengan harta dalam konteks harta yang memiliki manfaat serta terdapat kecenderungan manusia untuk menggunakannya. Yang dimaksud dengan cara tertentu adalah menggunakan ucapan (*sighat ijab qabul*).⁵ Jual beli disyariatkan oleh dalil-dalil Al-Qur'an dalam surat Al-Baqarah ayat 275 firman Allah SWT :

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ



Artinya : “Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba),

⁵Ismail Nawawi, *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2012), hal. 75

maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”⁶

Dalam ayat tersebut menjelaskan bahwa jual beli diharamkan oleh Allah SWT selama tidak mengandung unsur riba, sebab hukum dari riba adalah haram. Salah satu sistem pemasaran dalam jual beli yang berkembang dalam masyarakat sekarang ini adalah *Multi Level Marketing* Syariah (selanjutnya disebut MLM Syariah). Awal mula munculnya sistem MLM Syariah terlebih dahulu sudah dikenal oleh masyarakat dengan sistem MLM konvensional atau lebih dikenal dengan MLM. MLM adalah sebuah sistem pemasaran modern melalui jaringan distribusi yang dibangun secara permanen dengan memposisikan pelanggan perusahaan sekaligus tenaga pemasaran. Jadi, MLM adalah suatu konsep penyaluran barang (produk dan jasa tertentu) yang memberi kesempatan kepada para konsumen untuk turut terlibat sebagai penjual dan memperoleh keuntungan di dalam garis kemitraannya.⁷

MLM disebut juga *Network Marketing*, *Multy Generation Marketing* dan *Uni Level Marketing* namun dari semua istilah itu, yang paling populer adalah MLM.⁸ Karena semakin berkembangnya perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) di Indonesia, maka Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) pada tahun 2009 mengeluarkan fatwa No:75/DSN-MUI/VII/2009 tentang pedoman penjualan langsung berjenjang syariah (PLBS). Dalam fatwa tersebut, MUI memutuskan beberapa ketentuan yang harus terpenuhi oleh perusahaan MLM agar dalam sistemnya berjalan

⁶Departemen agama, *Al-Qur'an dan terjemahannya*, (Semarang: Asy-syifa', 1998), hal. 36

⁷Kuswara, *Mengenal MLM Syariah* (Jakarta: Qultum Media, 2005), hal. 17.

⁸Nur aini Latifah, *Multi Level Marketing (Mlm) Dalam Perspektif Syariah, Jurnal*, diakses melalui <http://repo.iaintulungagung.ac.id> pada tanggal 02 maret 2019 pukul 19:00 Wib

sesuai syariah. Sehingga dengan adanya fatwa tersebut maka di Indonesia sekarang sistem penjualan MLM haruslah berdasarkan prinsip syariah atau MLM Syariah. MLM syariah adalah sebuah usaha MLM yang mendasarkan sistem operasionalnya pada prinsip-prinsip syariah.

Bisnis MLM yang berkembang saat ini dimodifikasi dan disesuaikan dengan syariah. MLM syariah adalah untuk produk halal dan bermanfaat, dan proses perdagangannya tidak ada yang melanggar syariat, tidak ada pemaksaan, penipuan, riba, sumpah yang berlebihan, pengurangan timbangan, dan yang lain-lain.⁹ Salah satu perusahaan MLM Syariah di Indonesia adalah PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia atau biasa dikenal dengan HPAI. PT Herba Penawar Alwahida Indonesia, yang kemudian dikenal sebagai HPAI merupakan salah satu perusahaan Halal Network di Indonesia yang mengeluarkan produk-produk herbal halal dan berkualitas yang terjaga alamiah, ilmiah dan ilahiahnya.

HPAI adalah era baru kejayaan bisnis *Network Marketing* Muslim. HPAI mempunyai visi “ menjadi referensi utama produk halal berkualitas”. Sedangkan misinya adalah menjadi perusahaan jaringan pemasaran papan atas kebanggaan Ummat, menjadi wadah perjuangan penyediaan Produk Halal bagi ummat Islam, menghasilkan pengusaha-pengusaha muslim yang dapat dibanggakan, baik sebagai pemasar, pembangun jaringan maupun produsen. HPAI memanfaatkan teknologi terkini untuk menciptakan layanan

⁹Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, hal. 17.

yang cepat, akurat dan memuaskan. HPAI sudah memiliki layanan *online* dan *offline* yang cukup *powerfull*.

Pusat PT HPAI berada di Jakarta, sesuai dengan akta pendirian PT ini didirikan di Indonesia pada tanggal 19 Maret 2012.¹⁰ Setiap anggota baru yang mendaftar dikenai biaya registrasi Rp. 30.000 (mendapatkan buku *kit marketing plan, product knowledge* dan kartu anggota). Dalam memasarkan produknya, PT HPAI bekerja sama dengan para anggota (*member*) dan biasanya mereka melakukan presentasi (promosi) kepada masyarakat agar masyarakat tahu apa saja produk dari PT. HPAI tersebut, dan keuntungan bagi yang mau bergabung menjadi agen adalah memperoleh potongan harga produk. Karena harga produknya relatif sedikit mahal. Untuk mendapatkan penghasilan dalam perusahaan ini setiap agen tidak harus menjual produk tetapi bisa juga dengan membangun jaringan pemasaran.

Artinya mengajak agen-agen baru dengan memanfaatkan sistem yang ada. Setiap agen minimal menggunakan produk untuk dirinya sendiri, semakin banyak agen, akan semakin banyak produk yang otomatis terjual melalui agen yang telah membuat jaringan baru tersebut. Dan tentunya semakin besar bonus yang didapat oleh agen yang membuat jaringan baru tersebut. Di HPAI juga mengenal adanya poin. Pada dasarnya poin adalah angka untuk menghitung bonus karena setiap produk ada poinnya masing-masing.

¹⁰Panduan Sukses HPAI, *Produk Halal Tanggung Jawab Bersama*, (Jakarta: PT HPAI, 2016), hal. 10

Di PT. HPAI tidak ada bedanya antara mereka yang daftar di awal atau daftar di akhir, tetapi memiliki potensi dan kesempatan yang sama untuk memperoleh manfaat dari perusahaan. Tidak ada kewajiban Tutup Poin (Selanjutnya disebut TUPO) karena belanja 1 poin pun tetap diinput dan mendapatkan bonus sehingga tidak ada prestasi yang hilang sedikitpun. Namun jika ingin mendapat bonus lebih maka suatu jaringan kerja harus melakukan tutup poin dalam satu bulan minimal 200 poin. Di PT. HPAI mengenal Target Penjualan (Selanjutnya disebut TAPE) sebagai tolak ukur keberhasilan agen dan groupnya.

Setiap agen minimal melakukan penjualan (atau digunakan sendiri) sebesar 100 poin (sekitar Rp. 200.000-Rp. 400.00). Jika seorang agen telah merekrut beberapa agen di bawahnya, dan semua agen di bawahnya tersebut telah mencapai target penjualan tiap bulannya, maka agen yang merekrut beberapa agen lagi di bawahnya tersebut akan mendapat bonus penjualan secara terus-menerus tiap bulannya. Target penjualan inilah yang menjamin seorang agen mendapat bonus yang terus-menerus.¹¹ Begitu juga dengan perusahaan-perusahaan HPAI yang ada di Indonesia lainnya misalnya HPAI yang ada di Bengkulu.

Mitra-mitranya bukan hanya ada dikota Bengkulu saja akan tetapi terdapat di berbagai provinsi diantaranya Palembang, Sulawesi, Kalimantan, Jawa dan lain-lainnya. Yang bonusnya mulai dari 10 juta sampai 300 juta perbulannya ada 351 orang. Dan setiap tahunnya Al-Fatih HPAI kota

¹¹<http://www.hnionline.net>. Diakses pada 03 maret 2019 pukul 20.30 Wib

Bengkulu mendapatkan bonus salah satunya bonus senilai 250 juta dari 51 orang dan tentunya yang menjadi kebanggaan pada tahun kemarin (2018) mendapatkan bonus *Tour* yakni ke Prancis, Belgia, Eropa, Belanda, Jerman, Swiss dan Italia selama 15 hari sekaligus mensyiarkan produk HPAI disana.¹²

Di Bengkulu terdapat tiga BC (*Business Center*) yang salah satunya Al-Fatih HPAI Kota Bengkulu dan dua lainnya adalah mitra dari Perusahaan ini. Al-fatih HPAI Bengkulu adalah salah satu perusahaan Halal *Network* yang ada di Kota Bengkulu. Perusahaan ini didirikan oleh Nusiranto, awalnya perusahaan ini hanya memiliki dua produk dan itu hanya konsinasi (yakni orang yang punya produk) namun perusahaan ini hanya sebagai distributor.

Omset tahun pertama rata-rata hanya tiga milyar perbulan tapi untuk ukuran nasional itu masih sangat kecil, yang kedua naik 6 milyar, dan sampai saat ini sudah tembus di atas seratus milyar. Dan sekarang produknya sudah mencapai 80 item tentunya sudah mempunyai pabrik sendiri. Produk yang terlaris adalah produk kebutuhan rumah tangga diantaranya pasta gigi (Herbal), sabun mandi (Propolis, Kolagen dan Madu), *Detergen (Green Wash)*, Minyak Herbal sinergi, *Extra Food*, Susu Kambing, dan masih banyak lagi.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Strategi Dakwah *Multi Level Marketing* Syariah dalam Penggunaan Produk Halal (Studi pada Al-Fatih HPAI kota Bengkulu)**”.

¹²Bapak Nusiranto, (Owner Al-Fatih HPAI kota Bengkulu), wawancara 18 Desember 2018.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Bagaimana Strategi dakwah *Multi Level Marketing* Syariah dalam penggunaan produk Halal (Studi pada Al-Fatih HPAI kota Bengkulu)?

C. Batasan Masalah penelitian

Untuk memudahkan dalam penelitian ini dan tidak meluas permasalahannya yang dibahas maka penulis membatasi penelitian ini :

1. Strategi Dakwah *Multi Level Marketing* Syariah meliputi : Strategi sentimental yang dapat menyentuh hati konsumen, Strategi Rasional, Strategi Indriawi dan Strategi *tilawah* yang membacakan ayat-ayat suci Al-Qur'an.
2. Produk Halal yang meliputi produk kebutuhan rumah tangga diantaranya Pasta Gigi (Herbal), Sabun Mandi (Propolis, Kolagen dan Madu), *Detergen (Green Wash)*, Minyak Herbal Sinergi, *Extra Food*, Susu Kambing dan masih Banyak lagi.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan Strategi dakwah *Multi Level Marketing* Syariah dalam Penggunaan Produk Halal di Al-Fatih HPAI kota Bengkulu.

E. Kegunaan Penelitian

Secara umum manfaat penelitian ini meliputi dua aspek, yaitu secara teoritis dan secara praktis.

1. Manfaat Teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah keilmuan tentang Strategi Dakwah, *Multi Level Marketing Syariah* dan penggunaan produk Halal.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pihak HPAI

Dapat meningkatkan kualitas promosi *Multi Level Marketing Syariah* untuk meningkatkan pembelian terhadap produk HPAI.

b. Bagi konsumen HPAI

Dapat memberikan wawasan baru bagi konsumen mengenai strategi Dakwah *Multi Level Marketing syariah* dan dapat bermanfaat bagi masyarakat pada umumnya yang menjalankan bisnis serupa dengan HPAI, dapat dijadikan bahan rujukan supaya dapat menjalankan bisnis berbasis Halal *Network* sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

F. Kajian Pustaka

Untuk mendukung penelitian ini, sebagaimana yang telah diuraikan dalam latar belakang masalah, maka penulis mencantumkan karya-karya ilmiah atau penelitian terdahulu yang memiliki relevansi terhadap tema yang dikaji dan untuk memastikan tidak adanya kesamaan dengan penelitian-

penelitian yang telah ada. Berdasarkan penelusuran yang dilakukan, ada beberapa karya tulis yang mempunyai keterkaitan dengan penelitian ini, antara lain sebagai berikut: pertama, skripsi yang disusun oleh Yayan Zuhro jurusan KPI Fakultas Dakwah UIN Kalijaga Yogyakarta 2006 dengan judul “*Strategi Dakwah Majelis Mujahidin Indonesia dalam mengkomunikasikan ajaran Islam kepada Masyarakat Yogyakarta*”. Skripsi ini Membahas tentang asas-asas strategi dakwah yang dipakai, hal-hal yang perlu diperhatikan dalam keberhasilan strategi dakwah yang diterapkan, faktor penghambat dan pendukung strategi dakwah juga rancangan-rancangan strategi dakwah yang diterapkan dan dijalankan serta peningkatan dan perbaikan sumber daya manusia terutama pada para *Da'i* dan para ustazah-ustazah dan selalu mengutamakan adanya koordinasi dan komunikasi seluruh anggota organisasinya serta mengungkapkan hasil penelitian.¹³

Kedua, Skripsi yang disusun Oleh M. Abduh Muttaqin Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2009 dengan judul “ *Strategi Dakwah Pondok pesantren Mu'alimmin Rowoseneng kecamatan Kandangan Kabupaten Temanggung Jawa Tengah*”. Dalam penelitian ini peneliti mendeskripsikan dan menganalisis strategi dakwah yang diterapkan oleh Pondok Pesantren Mu'allimin Rowoseneng. Dalam peninjauan observasi terhadap Pondok Pesantren Mu'allimin, ternyata dapat dikatakan berhasil, karena melihat latar belakang masyarakat Rowoseneng yang bersifat pluralitas yang dapat menerima terhadap dakwah yang

¹³Yahya Zuhro, Strategi Dakwah Majelis Mujahidin Indonesia dalam mengkomunikasikan ajaran Islam kepada Masyarakat Yogyakarta, skripsi melalui <http://digilib.uin-suka.ac.id/3309/1/BAB%20I> pada tanggal 02 maret 2019

dilakukan oleh Pondok Pesantren Mu'allimin, bila di lihat secara naluri dan rasional sungguh tidak mudah dakwah yang seharusnya terealisasikan disana, tetapi dengan kepercayaan yang penuh terhadap pertolongan Allah SWT dengan segala sifat terpujinya maka dakwah yang dilakukan oleh Pondok Pesantren Mu'allimin dapat berjalan seperti yang diinginkan. Maka diusahakan skripsi ini yaitu mengungkap strategi dakwah yang diterapkan serta factor-faktor apa saja yang mempengaruhi keberhasilan dakwah Pondok Pesantren Mu'allimin pada masyarakat Rowoseneng dan sekitarnya.¹⁴

Berdasarkan Skripsi diatas peneliti menemukan persamaan dan perbedaan. Persamaannya adalah dari kedua penelitian terdahulu dapat dilihat dari aspek judulnya yakni sama-sama membahas tentang strategi dakwah. Akan tetapi dalam aspek pembahasannya berbeda di dalam penelitian ini membahas tentang “Strategi dakwah *Multi Level Marketing* Syariah Produk HPAI “, yang pembahasannya tentang strategi dakwah *Multi Level Marketing* Syariah dalam penggunaan produk halal di Al-Fatih HPAI dalam menarik minat konsumen.

G. Sistematika Penelitian

Untuk mempermudah penulisan penelitian ini, maka penulis membagi atas 5 bab secara rinci sebagai berikut :

BAB I: Pendahuluan pada bab ini menjelaskan tentang Latar Belakang

Masalah terkait dengan Strategi Dakwah *Multi Level Marketing*

Syariah dalam Penggunaan Produk Halal (studi pada Al-Fatih

¹⁴M. Abduh Muttaqin, Strategi Dakwah Pondok pesantren Mu'alimmin Rowoseneng kecamatan Kandangan Kabupaten Temanggung Jawa Tengah, SKRIPSI diakses melalui <http://digilib.uin-suka.ac.id/3309/1/BAB%20I%20IV.pdf> pada tanggal 02 maret 2019

HPAI kota Bengkulu), Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Kajian Pustaka, dan Sistematika Penulisan.

BAB II : Landasan Teori Pada bab ini didalamnya memuat tentang Pengertian Strategi, Pengertian Dakwah, Fungsi Dakwah, Tujuan Dakwah, Pengertian Strategi dakwah, Pengertian Produk Halal, Kriteria Produk Halal berdasarkan sertifikat Halal dan Tinjauan *Multi Level Marketing* Syariah.

BAB III : Pada bab tiga ini membahas tentang metode Penelitian yang terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, penjelasan judul penelitian, tempat dan waktu penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, teknik keabsahan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : Pada bab empat ini membahas hasil penelitiandan pembahasan yang berisi tentang penjelasan penyajian data hasil penelitian yang sudah diolah dan disajikan dalam bentuk tabel atau grafik. Penyajian data ini disertai dengan penjelasan secara deskriptif, sehingga dapat menjelaskan tabel atau grafik tersebut.

BAB V : Merupakan kesimpulan dan saran yang berisi penyajian singkat tentang apa yang diperoleh dari pembahasan serta menjawab rumusan masalahnya dan saran merupakam anjuran yang diberikan penulisan kepada pihak yang terkait terhadap penelitian penulis selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Tinjauan tentang Strategi dakwah

1. Pengertian Strategi

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan implementasi idea tau gagasan, perencanaan dan pelaksanaan sebuah kegiatan dalam kurun waktu tertentu. Pada awalnya kata strategi hanya dikenal di kalangan militer, khususnya strategi perang.¹⁵ Dalam sebuah peperangan atau pertempuran, terdapat seseorang (komandan) yang bertugas mengatur strategi untuk memenangkan peperangan. Semakin hebat strategi yang digunakan (selain kekuatan pasukan perang), semakin besar kemungkinan untuk menang. Biasanya, sebuah strategi disusun dengan mempertimbangkan medan perang, kekuatan pasukan, perlengkapan perang dan sebagainya.

Penggunaan strategi perlu dibedakan dengan taktik (kiat) yang memiliki ruang lingkup yang lebih sempit dan waktu yang lebih singkat, walaupun orang sering kali mencampuradukkan kedua kata tersebut. Dalam dakwah Islam, strategi dapat dibedakan dengan taktik. Sebagai contoh, strategi dakwah yang dilakukan oleh Walisongo dalam kurun waktu masa kehidupan para Walisongo secara keseluruhan, berbeda

¹⁵Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), hal. 165.

dengan taktik dakwah Islam yang dilakukan oleh Sunan Kalijaga dalam menyebarkan Islam melalui kesenian wayang.¹⁶

Kata “strategi” berasal dari bahasa Yunani yaitu *strategos* yang terbentuk dari kata *stratus* yang berarti militer dan *-ag* yang berarti memimpin. Lawrence R. Jauch dan William F. Glueck menyatakan bahwa Strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi perusahaan dengan tentangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan.¹⁷

2. Pengertian Dakwah

Ditinjau dari segi bahasa “Da’wah” berarti: panggilan, seruan atau ajaran. Bentuk perkataan tersebut dalam bahasa Arab disebut *masdhar*. Sedangkan bentuk kata kerja (*fi’il*)nya adalah berarti: memanggil, menyeru atau mengajak (*Da’a*, *Yad’u*, *Da’watan*). Orang yang berdakwah biasa disebut dengan *Da’i* dan orang yang menerima dakwah atau orang yang didakwahi disebut dengan *Mad’u*.¹⁸ Dalam pengertian istilah dakwah diartikan sebagai berikut:

- a. Prof. Toha Yahya Oemar menyatakan bahwa dakwah Islam sebagai upaya mengajak umat dengan cara bijaksana kepada jalan yang

¹⁶Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, hal. 165.

¹⁷Lawrence R. Jauch dan William F. Glueck, *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*, (Jakarta: Erlangga, 1998), hal. 12.

¹⁸wahidin Saputra., *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta:PT RajaGrafindo Persada, 2012), hal.1.

benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan di dunia dan akhirat.¹⁹

- b. Syi'kh Ali Makhfudz, dalam kitabnya *Hidayatul Mursyidin* memberikan definisi dakwah sebagai berikut: dakwah Islam yaitu; mendorong manusia agar berbuat kebaikan dan mengikuti petunjuk (hidayah), menyeru mereka berbuat kebaikan dan mencegah dari kemungkaran, agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat.
- c. Hamzah Ya'qub mengatakan bahwa dakwah adalah mengajak umat manusia dengan hikmah (kebijaksanaan) untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya.²⁰

3. Fungsi Dakwah

Apabila seseorang kehilangan indra agamanya, kerana suatu sebab atau cacat fitrahnya, niscaya hilang pulalah fungsi dan pengaruhnya sehingga ia tidak dapat percaya dan menanggapi apa yang dihasilkan oleh indra itu. Bagaikan orang yang buta tidak akan melihat warna dan benda-benda, malah terkadang ia akan berkeras menolak dan mengingkarinya. Demikian pula halnya orang yang tuli. Baginya dunia yang hiruk-hiruk ini serupa saja dengan pekuburan. Seseorang yang kehilangan indra agama, niscaya tidak percaya pada alam gaib, menolak segala sesuatu di luar alam benda dan menolak norma agama. Hatinya

¹⁹Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwa*, (Jakarta: Kencana, 2009), hal. 13.

²⁰Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, hal. 15.

akan keras dan tertutup mendengar peringatan-peringatan dan ancaman yang menggugah hatinya.

Dakwah Islam bertugas memfungsikan kembali indra keagamaan manusia yang memang telah menjadi fikri asalnya, agar mereka dapat menghayati tujuan hidup yang sebenarnya untuk berbakti kepada Allah. Sayid Qutub mengatakan bahwa (risalah) atau dakwah Islam ialah mengajak semua orang untuk tunduk kepada Allah swt, Taat kepada Rasulullah saw, dan yakin akan hari akhirat. Sasarannya adalah mengeluarkan manusia menuju penyembahan dan penyerahan seluruh jiwa raga kepada Allah SWT. Dari kesempatan dunia ke alam yang lurus dan dari penindasan agama-agama lain sudahlah nyata dan usaha-usaha memahaminya semakin mudah. Sebaliknya, kebatilan sudah semakin tampak serta akibat-akibatnya sudah dirasakan di mana-mana.²¹

Dari uraian di atas, maka dapat disebutkan fungsi dakwah adalah:

- a. Dakwah berfungsi untuk menyebarkan Islam kepada manusia sebagai individu dan masyarakat sehingga mereka merasakan rahmat Islam sebagai *rahmatan lil 'alamin* bagi seluruh makhluk Allah.

Firman Allah QS. Al-Anbiya (21) : 108:

قُلْ إِنَّمَا يُوحَىٰ إِلَيَّ أَنَّمَا إِلَهُكُمُ اللَّهُ وَاحِدٌ ۖ فَهَلْ أَنتُم

مُسْلِمُونَ ﴿١٠٨﴾

²¹Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2004), hal .58.

Artinya : “Katakanlah: "Sesungguhnya yang diwahyukan kepadaku adalah: "Bahwasanya Tuhanmu adalah Tuhan yang Esa. Maka hendaklah kamu berserah diri (kepada-Nya)".²²

- b. Dakwah berfungsi melestarikan nilai-nilai Islam dari generasi kaum muslimin berikutnya sehingga kelangsungan ajaran Islam beserta pemeluknya dari generasi ke generasi berikutnya tidak terputus.
- c. Dakwah berfungsi korektif artinya meluruskan akhlak yang bengkok, mencegah kemungkaran dan mengeluarkan manusia dari kegelapan rohani.

4. Tujuan Dakwah

Sebenarnya tujuan dakwah itu adalah tujuan diturunkan ajaran Islam bagi umat manusia itu sendiri, yaitu untuk membuat manusia memiliki kualitas akidah, ibadah, serta akhlak yang tinggi. Bisri Afandi mengatakan bahwa yang diharapkan oleh dakwah adalah terjadinya perubahan dalam diri manusia, baik kelakuan adil maupun aktual, baik pribadi maupun keluarga masyarakat, *way of think big* atau cara berpikirmya berubah, *way of life* atau cara hidupnya berubah menjadi lebih baik ditinjau dari segi kualitas maupun kuantitas.²³ Yang dimaksudkan adalah nilai-nilai agama sedangkan kualitas adalah bahwa kebaikan yang bernilai agama itu semakin dimiliki banyak orang dalam segala situasi dan kondisi.

Amrullah Ahmad menyinggung tujuan dakwah adalah untuk memengaruhi cara merasa, berpikir, bersikap, dan bertindak manusia ada

²²Departemen agama, *Al-Qur'an dan terjemahannya*, hal. 264.

²³Bisri Affandi, *Beberapa Percikan Jalan Dakwah*, (Surabaya: Fakultas Dakwah Surabaya, 1984), hal. 3

dataran individual dan sosiokultural dalam rangka terwujudnya ajaran Islam dalam semua segi kehidupan.²⁴ Kedua pendapat di atas menekankan bahwa dakwah bertujuan untuk mengubah sikap mental dan tingkah laku manusia yang kurang baik menjadi lebih baik atau meningkatkan kualitas iman dan Islam seseorang secara sadar dan timbul dari kemauannya sendiri tanpa merasa terpaksa oleh apa dan siapa pun. Atas dasar ini tujuan dakwah secara luas, dengan sendirinya adalah menegakkan ajaran Islam kepada setiap insan baik individu maupun masyarakat, sehingga ajaran tersebut mampu mendorong suatu perbuatan sesuai dengan ajaran tersebut. Adapun karakteristik tujuan dakwah itu adalah:

- a. Sesuai (*suitable*), tujuan dakwah bisa selaras dengan misi dan visi dakwah itu sendiri.
- b. Berdimensi waktu (*measurable time*), tujuan dakwah haruslah konkret dan bisa diantisipasi kapan terjadinya.
- c. Laya (*feasible*) tujuan dakwah hendaklah berupa suatu tekad yang bisa diwujudkan.
- d. Luwes (*fleksible*) itu senantiasa bisa disesuaikan atau peka (sensitif) terhadap perubahan situasi dan kondisi umat atau peka (sensitif) terhadap perubahan situasi dan kondisi umat.

²⁴M. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), hal. 94.

- e. Bisa dipahami (*understandable*), tujuan dakwah haruslah mudah dipahami dan dicerna.²⁵

Namun secara umum tujuan dakwah dalam Al-Qur'an adalah:²⁶

- a. Dakwah bertujuan untuk menghidupkan hati yang mati. Allah berfirman sesuai dalam (QS. Al-Anfal (8) : 24)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اسْتَجِيبُوا لِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ إِذَا دَعَاكُمْ لِمَا تَحْيِيكُمْ
وَأَعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ يَحُولُ بَيْنَ الْمَرْءِ وَقَلْبِهِ وَأَنَّهُ إِلَيْهِ تُحْشَرُونَ



Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, penuhilah seruan Allah dan seruan Rasul apabila Rasul menyeru kamu kepada suatu yang memberi kehidupan kepada kamu, ketahuilah bahwa Sesungguhnya Allah membatasi antara manusia dan hatinya dan Sesungguhnya kepada-Nyalah kamu akan dikumpulkan.”²⁷

- b. Agar manusia mendapat ampunan dan menghindarkan azab dari Allah. Allah berfirman dalam QS. Nuh (71) : 7 yang berbunyi :

وَالْخَمِيْسَةَ اَنْ لَعْنَتِ اللّٰهِ عَلَيْهِ اِنْ كَانَ مِنَ الْكٰذِبِيْنَ

Artinya : “Dan (sumpah) yang kelima: bahwa la'nat Allah atasnya, jika Dia Termasuk orang-orang yang berdusta.”²⁸

- c. Mengajak dan menuntun ke jalan yang lurus sesuai firman Allah SWT dalam QS. Al-Mu'minuun (23) : 73 yang berbunyi :

وَإِنَّكَ لَتَدْعُوهُمْ إِلَى صِرَاطٍ مُّسْتَقِيمٍ

²⁵M. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), hal. 60-63.

²⁶M. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, hal. 60-63.

²⁷Departemen agama, *Al-Qur'an dan terjemahannya*, hal. 354.

²⁸ Departemen agama, *Al-Qur'an dan terjemahannya*, hal. 456.

Artinya : “Dan Sesungguhnya kamu benar-benar menyeru mereka kepada jalan yang lurus.”²⁹

Menjadi orang baik itu berarti menyelamatkan orang dari kesesatan, kebodohan, kemiskinan, dan keterbelakangan. Oleh karena itu, dakwah bukanlah kegiatan mencari dan menambah pengikut, tetapi kegiatan mempertemukan fitrah manusia dengan Islam atau menyadarkan orang yang mendakwahi perlunya bertauhid dan perilaku baik. Semakin banyak yang sadar (berakhlak karimah dan beriman) masyarakat akan semakin baik. Artinya, tujuan dakwah bukan memperbanyak pengikut, tetapi memperbanyak orang yang sadar akan kebesaran Islam, masyarakat atau dunia akan semakin baik dan tenteram.

5. Pengertian Strategi Dakwah

Istilah “strategi” menurut bahasa adalah suatu rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran dan tujuan khusus. Menurut Asmuni Syukir strategi dakwah diartikan sebagai metode, siasat, taktik atau *maneuvers* yang dipergunakan dalam aktivitas (kegiatan) dakwah.³⁰ Strategi dakwah adalah suatu cara atau tehnik menentukan langkah-langkah kegiatan untuk mencapai tujuan dakwah. Langkah-langkah tersebut disusun secara rapi, dengan perencanaan yang baik yaitu:

- a. memperjelas secara gamblang sasaran-sasaran ideal,
- b. merumuskan masalah pokok umat Islam,

²⁹Departemen agama, *Al-Qur'an dan terjemahannya*, hal. 277.

³⁰Asmuni syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), hal. 32.

- c. merumuskan isi dakwah,
- d. menyusun paket-paket dakwah,
- e. evaluasi kegiatan dakwah

Karena itu Strategi Dakwah harus sesuai dengan kondisi masyarakat (mad'u) dalam konteks sosio kultural tertentu. Sebab dakwah Islam dilaksanakan dalam kerangka sosio kultural yang sudah sarat dengan nilai, pandangan hidup dan sistem tertentu, bukan nihil budaya. Menurut Asmuni Syukir Strategi dakwah yang di pergunakan di dalam usaha dakwah harus memperhatikan beberapa azas dakwah antara lain:³¹

- a. Azas Filosofis: azas ini terutama membicarakan masalah yang erat hubungannya dengan tujuan-tujuan yang hendak dicapai dalam proses atau dalam aktifitas dakwah.
- b. Azas Kemampuan dan keahlian *Da'i (achievement and professional)*.
- c. Azas Sosiologis: azas ini membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan situasi dan kondisi sasaran dakwah. Misalnya politik pemerintah setempat, mayoritas agama di daerah setempat, filosofis sasaran dakwah. Sosio kultural sasaran dakwah dan sebagainya.
- d. Azas *Psychologis*; azas ini membahas masalah yang erat hubungannya dengan kejiwaan manusia. Seorang *Da'i* adalah manusia, begitupun sasaran dakwahnya yang memiliki karakter

³¹Asmuni syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlas, 1983), hal. 22-33.

(kejiwaan) yang unik yakni berbeda satu sama lainnya. Apalagi masalah agama, yang merupakan masalah yang idiologi atau kepercayaan (*ruhaniyah*) tak luput dari masalah-masalah *psychologis* sebagai azas (dasar) dakwahnya.

- e. Azas efektif dan efisiensi, azas ini maksudnya adalah di dalam aktivitas dakwah harus berusaha menyeimbangkan antara biaya, waktu maupun tenaga yang dikeluarkan dengan pencapaian hasilnya, kalau waktu, biaya dan tenaga sedikit dapat memperoleh hasil yang semaksimal mungkin.

Strategi dakwah terbagi dalam tiga bentuk, yaitu :³²

- a. Strategi sentimental (*al-manhaj al-'athifi*) adalah dakwah yang memfokuskan aspek hati dengan menggerakkan perasaan dan batin mitra dakwah. *Member* mitra dakwah nasihat yang mengesankan, memanggil dengan kelembutan, atau memberikan pelayanan yang memuaskan merupakan metode yang dikembangkan dari strategi ini.
- b. Strategi Rasional (*al-manhaj al-'aqli*) adalah dakwah dengan berapa metode yang memokuskan pada aspek akal pikiran. Strategi ini mendorong mitra dakwah untuk berpikir, merenungkan, dan mengambil pelajaran.
- c. Strategi Indriawi (*al-manhaj al-hissi*) juga dapat dinamakan dengan strategi eksperimen atau strategi ilmiah. Ia didefinisikan sebagai sistem dakwah atau kumpulan metode dakwah yang berorientasi

³²Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), hal. 351-353.

pada pancaindra dan berpegang teguh pada hasil penelitian dan percobaan.

Penentuan startegi dakwah juga bisa berdasarkan surah Al-Baqarah ayat 129 dan 151, Ali-Imran ayat 164, dan Al-Jumuah ayat 2. Ketiga ayat ini memiliki pesan yang sama yaitu tentang tugas para rasul sekaligus bisa dipahami sebagai strategi dakwah. Q.S. Al-Baqarah ayat 129 dan 151, yang berbunyi :

رَبَّنَا وَأَبْعَثْ فِيهِمْ رَسُولًا مِّنْهُمْ يَتْلُوا عَلَيْهِمْ آيَاتِكَ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ
وَالْحِكْمَةَ وَيُزَكِّيهِمْ إِنَّكَ أَنْتَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ ﴿١٢٩﴾

Artinya: Ya Tuhan Kami, utuslah untuk mereka seseorang Rasul dari kalangan mereka, yang akan membacakan kepada mereka ayat-ayat Engkau, dan mengajarkan kepada mereka Al kitab (Al Quran) dan Al-Hikmah (As-Sunnah) serta mensucikan mereka. Sesungguhnya Engkaulah yang Maha Kuasa lagi Maha Bijaksana.³³

كَمَا أَرْسَلْنَا فِيكُمْ رَسُولًا مِّنْكُمْ يَتْلُوا عَلَيْكُمْ آيَاتِنَا وَيُزَكِّيكُمْ
وَيُعَلِّمُكُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَيُعَلِّمُكُم مَّا لَمْ تَكُونُوا تَعْلَمُونَ ﴿١٥١﴾

Artinya: Sebagaimana (kami telah menyempurnakan nikmat Kami kepadamu) Kami telah mengutus kepadamu Rasul diantara kamu yang membacakan ayat-ayat Kami kepada kamu dan mensucikan kamu dan mengajarkan kepadamu Al kitab dan Al-Hikmah, serta mengajarkan kepada kamu apa yang belum kamu ketahui.³⁴

³³ Departemen agama, *Al-Qur'an dan terjemahannya*, .hal. 15.

³⁴ Departemen agama, *Al-Qur'an dan terjemahannya*, .hal. 98.

Q.S. Ali-Imran ayat 168, yang berbunyi :

لَقَدْ مَنَّ اللَّهُ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ إِذْ بَعَثَ فِيهِمْ رَسُولًا مِّنْ أَنفُسِهِمْ يَتْلُوا عَلَيْهِمْ
 ءَايَاتِهِ ۗ وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَإِن كَانُوا مِن قَبْلُ لَفِي
 ضَلَالٍ مُّبِينٍ ﴿١٦٨﴾

Artinya: Sungguh Allah telah memberi karunia kepada orang-orang yang beriman ketika Allah mengutus diantara mereka seorang Rasul dari golongan mereka sendiri, yang membacakan kepada mereka ayat-ayat Allah, membersihkan (jiwa) mereka, dan mengajarkan kepada mereka Al kitab dan Al hikmah. dan Sesungguhnya sebelum (kedatangan Nabi) itu, mereka adalah benar-benar dalam kesesatan yang nyata.³⁵

Q. S. Al-Jumuah ayat 2 yang berbunyi :

هُوَ الَّذِي بَعَثَ فِي الْأُمِّيِّينَ رَسُولًا مِّنْهُمْ يَتْلُوا عَلَيْهِمْ ءَايَاتِهِ ۗ وَيُزَكِّيهِمْ
 وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَإِن كَانُوا مِن قَبْلُ لَفِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ ﴿٢﴾

Artinya: Dia-lah yang mengutus kepada kaum yang buta huruf seorang Rasul di antara mereka, yang membacakan ayat-ayat-Nya kepada mereka, mensucikan mereka dan mengajarkan mereka kitab dan Hikmah (As Sunnah). dan Sesungguhnya mereka sebelumnya benar-benar dalam kesesatan yang nyata.³⁶

Ayat-ayat tersebut mengisyaratkan tiga strategi dakwah, yaitu :³⁷

- a. Strategi *tilawah* (membacakan ayat-ayat Allah SWT) dengan strategi ini mitra dakwah diminta mendengarkan penjelasan pendakwah atau mitra dakwah membaca sendiri pesan yang ditulis oleh pendakwah. Ini merupakan transfer pesan dakwah dengan lisan dan tulisan. Penting dicatat bahwa yang dimaksud ayat-ayat Allah SWT yakni

³⁵ Departemen agama, *Al-Qur'an dan terjemahannya*, .hal. 57.

³⁶ Departemen agama, *Al-Qur'an dan terjemahannya*, .hal. 441.

³⁷Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), hal. 355-356.

mencakup kitab suci (tertulis) dan yang tidak tertulis mencakup yaitu alam semesta dengan segala isi dan kejadian-kejadian didalamnya.

Demikian yang dapat dipahami dari surah Al-Mulk (67): 23 ;

قُلْ هُوَ الَّذِي أَنْشَأَكُمْ وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَرَ وَالْأَفْئِدَةَ ۖ قَلِيلًا

مَا تَشْكُرُونَ ﴿٢٣﴾

Artinya : Katakanlah: "Dia-lah yang menciptakan kamu dan menjadikan bagi kamu pendengaran, penglihatan dan hati". (tetapi) Amat sedikit kamu bersyukur.³⁸

- b. Strategi *Tazkiyah* (menyucikan jiwa), melalui jiwa manusia. Salah satu misi dakwah adalah menyucikan jiwa manusia. Kekotoran jiwa dapat menimbulkan berbagai masalah baik individu maupun social, bahkan menimbulkan berbagai penyakit, baik penyakit hati ataupun badan. Sasaran strategi ini bukan pada jiwa yang bersih, tetapi jiwa yang kotor. Tanda jiwa yang kotor dapat dilihat dari gejala jiwa yang tidak stabil, keimanan yang tidak istiqamah seperti akhlak tercela dan lainnya seperti serakah, sombong, kikir dan sebagainya.
- c. Strategi *Ta'lim*, strategi ini hampir sama dengan strategi tilawah, yakni keduanya mentransformasikan pesan dakwah. Akan tetapi, strategi ta'lim bersifat lebih mendalam, dilakukan secara formal dan sistematis. Artinya, metode ini dapat diterapkan pada mitra dakwah yang tetap, dengan kurahap, serta memiliki acuan, dilakukan secara bertahap, serta memiliki target dan tujuan tertentu.

³⁸Departemen agama, *Al-Qur'an dan terjemahannya*, (Semarang: Asy-syifa', 1998), hal. 450.

B. Tinjauan tentang Produk Halal

1. Pengertian Halal

Suatu benda atau perbuatan itu tidak terlepas dari lima perkara, yaitu halal, haram, *syubhat*, makruh dan mubah. Terhadap barang yang halal secara mutlak kita disuruh oleh Allah untuk memakannya, sedang terhadap yang haram kita disuruh untuk menjauhinya. Karena makanan yang halal itu dapat menambah cahaya iman dan membuat terkabulnya do'a.³⁹ Kata halal berarti diperbolehkan (oleh hukum Islam), tidak haram.⁴⁰ Halal berasal dari bahasa Arab *halla* yang artinya “lepas” atau “tidak terikat”. Secara etimologi kata *halalan* berarti hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan karena bebas atau tidak terikat dengan ketentuan-ketentuan yang melarangnya, atau segala sesuatu yang bebas dari bahaya *duniawi* dan *ukhrawi*.⁴¹

Halal adalah sesuatu yang dengannya terurailah buhul yang membahayakan, dan Allah memperbolehkan untuk dikerjakan. Sedangkan haram adalah sesuatu yang Allah melarang untuk dilakukan dengan larangan yang tegas, setiap orang yang menentangnya akan berhadapan dengan siksaan Allah diakhirat.⁴² Pada dasarnya segala sesuatu yang diciptakan Allah SWT itu halal. Tidak ada yang haram kecuali jika ada *nash* (dalil) yang *shahih* (tidak cacat periwayatnya) dan *shariah* (jelas maknanya) dari pemilik syariat (Allah SWT) yang

³⁹Imam Al Ghazali, *Benang Tipis Antara Halal & Haram*, (Surabaya:Putra Pelajar, 2002), hal.9.

⁴⁰Achmad Maulana, dkk, *Kamus Ilmiah Populer: Lengkap dengan EYD dan Pembentukan Istilah serta Akronim Bahasa Indonesia*,(Yogyakarta: Absolut, 2008), hal.187.

⁴¹Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia, *Buku Panduan Olimpiade Halal LPPOM MUI*, 2014, hal.5.

⁴²Yusuf Qardhawi, *Halal Haram Dalam Islam*, (Surakarta: EraIntermedia,2003), hal. .31

mengharamkannya. Perintah mengkonsumsi makanan halal dapat disejajarkan dengan bertaqwah kepada Allah SWT, dan secara tegas dan jelas, dalam firman Allah QS. Al-Maidah Ayat 88 yaitu:

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِء مُؤْمِنُونَ



Artinya : “Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.”⁴³

Allah SWT. dalam Al-Qur’an secara jelas menyebutkan makanan yang haram untuk dikonsumsi, yaitu firman Allah SWT dalam QS. Al-Baqarah 173:

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنزِيرِ وَمَا أُهْلَ بِهِ ۚ لِعَٰلَمٍ ۗ لَّغَيْرِ اللَّهِ
فَمَنِ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَّحِيمٌ

Artinya : “Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagim bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah tetapi Barang siapa dalam Keadaan terpaksa (memakannya) sedang Dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, Maka tidak adadosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.”⁴⁴

Menurut hukum Islam, secara garis besar, perkara (benda) haram terbagi menjadi dua, haram *li-zatih* dan haram *li-gairih*. Kelompok pertama, substansi benda tersebut diharamkan oleh agama. Sedangkan yang kedua, substansi bendanya halal (tidak haram) namun cara penanganan atau memperolehnya

⁴³Departemen agama, *Al-Qur’an dan terjemahannya*, .hal. 97.

⁴⁴Departemen agama, *Al-Qur’an dan terjemahannya*, hal. 20.

tidak dibenarkan oleh ajaran Islam. Benda haram jenis kedua terbagi menjadi dua. Pertama, bendanya halal tapi cara penanganannya tidak dibenarkan oleh ajaran Islam. Kedua, bendanya halal tapi diperoleh dengan jalan atau cara yang dilarang oleh agama.⁴⁵

Dalam soal makanan, ada dua pengertian yang bias dikategorikan kehalalannya, yaitu :

a. Halal dalam mendapatkannya

Halal dalam mendapatkan maksudnya adalah benar dalam mencari dan memperolehnya. Tidak dengan cara yang haram dan tidak pula dengan cara yang batil.⁴⁶ Dalam pandangan hukum Islam, makanan halal secara *ghairu dzatiah* (diluar substansi barangnya yang dilihat dari cara memerolehnya) terdapat beberapa unsur terkait.

Unsur terpentingnya adalah bahwa sesuatu yang pada dasarnya halal secara *dzatiah* berubah status hukumnya menjadi haram jika diperoleh dengan cara yang dilarang oleh Allah, seperti: hasil riba, harta anak yatim yang diambil dengan cara batil, hasil pencurian (*saraqah*), hasil ambil paksa (rampas), hasil suap (*risywah*), hasil dari mengkhianati (*khiyanat*), hasil judi, hasil prostitusi (pelacuran) dan sebagainya.⁴⁷

b. Halal dzat atau substansi barangnya

Makanan halal secara *dzatiah* (substansi barangnya) Syekh Sayyid Sabiq membagi dalam dua kategori, yaitu: *jamad* (benda mati) dan *hayawan* (binatang).

⁴⁵Ma'ruf Amin, et al, *Himpunan Fatwa Majelis Ulama Indonesia Sejak 1975*, (Erlangga, 2011), hal. 18.

⁴⁶Thobieb Al-Asyhar, *Bahaya Makanan Haram bagi kesehatan Jasmani dan Kesucian rohani*, (Jakarta: PT. Al-Mawardi Prima, 2003), hal. 97.

⁴⁷Thobieb Al-Asyhar, *Bahaya Makanan Haram bagi kesehatan Jasmani dan Kesucian rohani*, hal. 99-100

- 1) *Jamad* (benda mati), yaitu semua jenis makanan yang berwujud benda mati adalah halal selama tidak najis, *mutanajjis*, membahayakan dan memabukkan.⁴⁸
- 2) Binatang, hukum binatang yang halal untuk dikonsumsi (dimakan) oleh umat Islam dapat dikategorikan dalam dua jenis yaitu pertama binatang darat. Hukum binatang ini dan sebagian yang halal (misal: unta, sapi, kerbau, domba dan kambing) dan ada sebagian yang lain haram.⁴⁹ Dan yang kedua binatang laut, setiap binatang yang hidup di laut adalah halal, kecuali binatang yang mengandung racun yang membahayakan.⁵⁰

Adapun beberapa makanan yang haram/ tidak diperbolehkan untuk dikonsumsi antara lain :

- a. Bangkai yaitu binatang yang mati dengan sendirinya tanpa ada suatu usaha manusia yang memang sengaja di sembelih menurut ketentuan Agama atau dengan berburu. Sebagaimana yang tertera dalam surat Al-Maidah ayat 3:

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَالْدَّمُ وَلَحْمُ الْخَنزِيرِ وَمَا أُهِلَّ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ
وَالْمُنْخَنِقَةُ وَالْمَوْقُوذَةُ وَالْمُتَرَدِّيَةُ وَالنَّطِيحَةُ وَمَا أَكَلَ السَّبُعُ إِلَّا مَا
ذَكَيْتُمْ وَمَا ذُبِحَ عَلَى النُّصُبِ وَأَنْ تَسْتَقْسِمُوا بِالْأَزْلَمِ ذَٰلِكُمْ فِسْقٌ
الْيَوْمَ يَئِسَ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ دِينِكُمْ فَلَا تَخْشَوْهُمْ وَاخْشَوْنَ الْيَوْمَ

⁴⁸Thobieb Al-Asyhar, *Bahaya Makanan Haram bagi kesehatan Jasmani dan Kesucian rohani*, hal 126.

⁴⁹Thobieb Al-Asyhar, *Bahaya Makanan Haram bagi kesehatan Jasmani dan Kesucian rohani*, hal 130-131.

⁵⁰Thobieb Al-Asyhar, *Bahaya Makanan Haram bagi kesehatan Jasmani dan Kesucian rohani*, hal 134-135.

أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتَمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيتُ لَكُمُ الْإِسْلَامَ
 دِينًا فَمَنِ اضْطُرَّ فِي مَخْمَصَةٍ غَيْرِ مُتَجَانِفٍ لِإِثْمِهِ فَإِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ
 رَّحِيمٌ

Artinya : “Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, (daging hewan) yang disembelih atas nama selain Allah, tercekik, uang terpukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu menyembelinya, dan (diharamkan bagimu) yang untuk berhala.”⁵¹

Dikecualikan dari bangkai tersebut diatas, maka bangkai yang dibawah ini halal untuk dimakan :

- 1) Bangkai ikan dan belalang
 - 2) Bangkai binatang dan tidak mempunyai darah mengalir seperti semut, lebah dan lain-lain, maka ia adalah suci.
 - 3) Tulang dari bangkai, tanduk, bulu, rambut, kuku dan kulit serta apayang sejenis dengan itu hukumnya suci, karena asalnya semua ini adalah suci dan tak ada dalil mengatakan najis.
- b. *Al-Munkhoniqoh* adalah binatang yang mati karena dicekik, baik dengan cara menghimpit leher binatang tersebut ataupun meletakkan kepala binatang pada tempat sempit dan sebagainya sehingga binatang tersebut mati.
- c. *Al-Mauquudzah* adalah binatang yang mati karena dipukul dengan tongkat dan sebagainya.

⁵¹Departemen agama, *Al-Qur'an dan terjemahannya*, .hal. 63.

- d. *Al-Mutariddiyah* adalah binatang yang jatuh dari tempat yang tinggi sehingga mati.
- e. *An-Nathihah* adalah binatang yang baku hantam antara satu dengan yang lain, sehingga mati.
- f. *Mas Akalas Sabu'u* adalah binatang yang disegap oleh binatang dengan dimakan sebagian dagingnya sehingga mati.
- g. Darah yang mengalir adalah termasuk makanan yang diharamkan untuk memakannya.
- h. Daging babi merupakan makanan yang diharamkan dalam Islam. Karena makanan-makanan babi ialah yang kotor-kotor dan najis.
- i. Lemak babi, kalau daging babi itu haram hukumnya untuk dimakan, maka lemaknya pun juga haram untuk dimakannya.
- j. Binatang yang disembelih bukan karena Allah Binatang yang disembelih bukan karena Allah yaitu binatang yang disembelih dengan menyebut nama selain Allah, misalnya menyebut nama berhala.
- k. Binatang yang di sembelih untuk berhala adalah binatang yang haram dimakan sekalipun binatang yang disembelih itu binatang halal.
- l. Binatang *jallah* adalah binatang yang memakan kotoran (tinja) baik itu berupa kambing, sapi, kerbau, ayam, angsa, dan lain-lain.
- m. Mengharamkan segala yang kotor maksudnya adalah semua yang dianggap kotor oleh perasaan manusia secara umum.

- n. Binatang dan burung buas adalah binatang yang bisa menerkam, berbaring, dan mencakar dengan taring ataupun cakarnya, terhadap manusia dan harta miliknya.⁵²

Produk halal menurut definisi Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai syari'at Islam. Produk tidak mengandung babi atau produk-produk yang berasal dari babi, serta tidak mengandung alkohol sebagai *ingredient* yang sengaja ditambahkan. Untuk daging sebagai bahan baku, harus berasal dari hewan halal yang disembelih menurut tata cara syariat Islam.⁵³

2. Kriteria produk halal berdasarkan panduan Sertifikat halal

Kriteria produk halal berdasarkan panduan sertifikat halal Departemen Agama tahun 2003, yaitu :

- a. Tidak mengandung babi dan bahan yang berasal dari babi.
- b. Tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan, seperti bahan-bahan dari organ manusia, darah, kotoran dan sebagainya.
- c. Semua tempat penyimpanan, penjualan, pengolahan, pengelolaan, dan transportasinya tidak boleh digunakan untuk babi. Jika pernah digunakan babi atau barang tidak halal lainnya harus dibersihkan terlebih dahulu dengan cara syariat Islam.
- d. Semua makanan dan minuman yang tidak mengandung khamr.⁵⁴

⁵²Imam Al-Ghazali, *hal.*107-120.

⁵³Kasmawat, *Makanan Halal Dan Tayyib Perspektif Al-Qur'an (Kajian TahliLi Dalam Qs. Al-Baqarah/2: 168)*, skripsi diakses melalui <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/1293/1/Kasmawati.pdf> (pada tanggal 3 maret 2019)

⁵⁴Sri Nuryati, *Zat Haram Di Makanan Kita*, (Solo: Aqwamedika, 2008), hal. 155-156.

Persyaratan Bahan Halal pada Proses Sertifikasi Halal yaitu: a) Bahan tidak berasal dari babi atau turunannya. b) Bahan tidak mengandung bahan dari babi atau turunannya. c) Bahan bukan merupakan *khamr* (minuman beralkohol) atau turunan *khamr* yang dipisahkan secara fisik. d) Bahan bukan merupakan darah, bangkai dan bagian dari tubuh manusia. e) Bahan tidak mengandung darah, bangkai dan bagian dari tubuh manusia. f) Bahan tidak boleh dihasilkan dari fasilitas produksi yang juga digunakan untuk membuat produk yang menggunakan babi atau turunannya sebagai salah satu bahannya. g) Bahan tidak bercampur dengan bahan haram atau najis yang dapat berasal dari bahan tambahan, bahan penolong dan fasilitas produksi. h) Bahan yang memiliki potensi / kemungkinan diproduksi di fasilitas yang sama dengan bahan dari babi atau turunannya, harus disertai pernyataan *pork free facility* (fasilitas tidak digunakan untuk mengolah babi) dari produsennya.⁵⁵

C. Tinjauan tentang MLM Syariah

1. Pengertian MLM Syariah

MLM syariah adalah sebuah usaha MLM yang mendasarkan sistem operasionalnya pada prinsip-prinsip syariah. Dengan demikian, sistem bisnis MLM konvensional yang berkembang pesat saat ini dicuci, dimodifikasi, dan disesuaikan dengan syariah. Aspek-aspek haram dan *syubhat* dihilangkan dan diganti dengan nilai-nilai ekonomi syariah yang berlandaskan tauhid, akhlak, dan hukum muamalah. Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) telah mengeluarkan fatwa mengenai pedoman penjualan langsung berjenjang syariah atau

⁵⁵Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia, *Buku Panduan Olimpiade Halal LPPOM MUI*, 2014, hal.19.

yang biasa disebut dengan *Muti Level Marketing* (MLM) dengan nomor 75/DSN/MUI/VII/2009 pada tanggal 25 Juli di Jakarta.⁵⁶

Menurut MUI, penjualan langsung berjenjang adalah cara penjualan barang atau jasa melalui jaringan pemasaran yang dikakukan oleh perorangan atau badan usaha kepada sejumlah perorangan atau badan usahanya secara berturut-turut. Penjualan yang dimaksudkan tersebut adalah penjualan yang berbasis syariah tidak mengandung kegiatan *money game*. *Money Game* adalah kegiatan penghimpunan dana masyarakat atau penggandaan uang dengan praktek memberikan komisi dan bonus dari hasil perekrutan atau pendaftaran mitra usaha yang baru atau bergabung dan bukan dari hasil penjualan produk, namun produk yang dijual tersebut hanya sebagai *kamuflase* atau tidak mempunyai mutu/kualitas yang dapat dipertanggung jawabkan.⁵⁷

Semua sistem bisnis termasuk yang menggunakan sistem MLM Syariah dalam literatur Syariah Islam pada dasarnya termasuk kategori muamalah yang dibahas dalam bab *al-Muyu'* (jual-beli) yang hukum asalnya secara prinsip boleh berdasarkan kaidah fiqih (*al-ashu fil asya' al-ibahah* hukum asal segala sesuatu termasuk muamalah adalah boleh) selama bisnis tersebut bebas dari unsur-unsur haram seperti *riba* (sistem bunga), *gharar* (tipuan), *dhahar* (bahaya) dan *jahalah* (ketidakjelasan), *dzulm* (merugikan hak orang lain) disamping barang atau jasa yang

⁵⁶Fatwa Dewan Syariah Nasional, tentang pedoman penjualan langsung berjenjang syariah (PLBS), diakses melalui http://hukum.unsrat.ac.id/inst/dsn2009_75.pdf pada tanggal 18 agustus 2019.

⁵⁷Nur Aini Latifah, *Multi Level Marketing (MLM) dalam Perspektif Syariah*, Skripsi repo.iain-tulungagung.ac.id/4659/ (diakses pada tanggal 3 maret 2019 pukul 14:20 Wib)

dibisniskan adalah halal.⁵⁸ Bisnis MLM ini dalam kajian fiqh kontemporer dapat ditinjau dari dua aspek: produk barang atau jasa yang dijual dan cara ataupun sistem penjualan (*selling/marketer*). Perusahaan yang menjalankan bisnisnya dengan sistem MLM tidak hanya menjalankan penjualan produk barang, tetapi juga produk jasa, yaitu jasa Marketing yang *berlevel-level* (bertingkat-tingkat) dengan imbalan berupa *Marketing fee*, bonus, dan sebagainya bergantung level, prestasi penjualan, dan status keanggotaan distributor.

Secara sepintas MLM syariah bisa saja tampak tidak berbeda dengan praktek-praktek bisnis MLM konvensional. Namun, dalam proses operasionalnya, ada beberapa perbedaan mendasar yang cukup signifikan antara kedua varian MLM tersebut.

- a. Sebagai perusahaan yang beroperasi syariah, niat, konsep dan praktek pengelolaannya senantiasa merujuk kepada Al-Qur'an dan Hadits Rasulullah SAW. Dan untuk itu struktur organisasi perusahaan pun dilengkapi dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) dari MUI untuk mengawasi jalannya perusahaan agar sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam.
- b. Usaha MLM syariah pada umumnya memiliki visi dan misi yang menekankan kepada pembangunan ekonomi nasional (melalui penyediaan lapangan kerja, produk-produk kebutuhan sehari-hari dengan harga terjangkau dan pemberdayaan usaha kecil dan

⁵⁸Anita Rahmawaty, *Bisnis Multi Level Marketing Dalam Perspektif Islam*, (STAIN Kudus, Vol. , No. 1, Juni 2014) diakses melalui journal.stainkudus.ac.id (diakses pada tanggal 3 maret 2019 pukul 14:24)

- menengah di tanah air) demi meningkatkan kemakmuran, kesejahteraan dan meninggikan martabat bangsa.
- c. Sistem pemberian insentif disusun dengan memperhatikan prinsip keadilan dan kesejahteraan. Dirancang semudah mungkin untuk dipahami dan dipraktekkan. Selain itu, memberikan kesempatan kepada distributornya untuk memperoleh pendapatan seoptimal mungkin sesuai kemampuannya melalui penjualan, pengembangan jaringan, ataupun melalui kedua-duanya
 - d. Dalam hal *Marketing plan*-nya, MLM syariah pada umumnya mengusahakan untuk tidak membawa para distributornya pada suasana *materialisme* dan *konsumerisme*, yang jauh dari nilai-nilai Islam. Bagaimanapun *materialisme* dan *konsumerisme* pada akhirnya akan membawa kepada kemubaziran yang terlarang dalam Islam.⁵⁹

Marketing Syariah adalah merupakan strategi bisnis, yang harus memayungi seluruh aktifitas dalam sebuah perusahaan, meliputi seluruh proses, menciptakan, menawarkan, pertukaran nilai, dari seorang produsen atau perusahaan, atau perorangan yang sesuai dengan ajaran Islam.⁶⁰

2. Karakteristik dari *Marketing* syariah

Karakteristik dari *Marketing* syariah ini terdiri atas beberapa unsur yaitu:

⁵⁹Abdulrahman, "MLM (*Multi Level Marketing*) Syariah", diakses melalui <http://abdulrahmanblogspotcom.blogspot.co.id/> (diakses pada tanggal 2 maret 2019 pukul 14:26 Wib)

⁶⁰Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Management Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2009), hal. 258.

- a. *Theitis (Rabbaniyah)* yaitu satu ketuhanan yang bulat bahwa, semua gerak gerak manusia selalu berada di bawah pengawasan Illahi, Yang Maha Kuasa, Maha Pencipta, Maha Pengawas. Oleh sebab itu semua insan harus berperilaku sebaik mungkin, tidak berperilaku licik, menipu, mencuri milik orang lain, suka memakan harta orang lain dengan jalan yang batil dan sebagainya. Kondisi ini sangat diyakini oleh sebagai umat muslim, sehingga menjadi pegangan hidup yang tidak tergoyahkan. Nilai rabbaniyah ini melekat atau menjadi darah daging dalam pribadi setiap muslim.⁶¹
- b. *Etis (Akhlaqiyah)* artinya semua perilaku berjalan di atas norma etika yang berlaku umum. Etika adalah kata hati, dan kata hati ini adalah kata yang sebenarnya. Seorang penipu yang mengoplos barang, menimbun barang, mengambil harta orang lain dengan jalan yang bathil pasti hati kecilnya berkata lain, tapi karena rayuan setan maka ia tergoda berbuat curang. Ini artinya ia melanggar etika, ia tidak menuruti kata hati yang sebenarnya. Oleh sebab itu, hal ini menjadi panduan para *marketer* syariah selalu memelihara setiap tutur kata, perilaku dalam berhubungan bisnis dengan siapa saja, konsumen, penyalur, toko, pemasok ataupun saingannya.⁶²
- c. *Realistis (Al-waqiyyah)* Pemasaran syariah adalah konsep pemasaran yang fleksibel, sebagaimana keluasan dan keluwesan syariah Islamiyah yang melandasinya. Pemasar syariah adalah para pemasar

⁶¹Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Management Bisnis Syariah*, hal. 258.

⁶²Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Management Bisnis Syariah*, hal. 259

professional dengan penampilan yang bersih, rapi dan bersahaja, apapun model atau gaya berpakaian yang dikenakannya, bekerja dengan mengedepankan nilai-nilai religius, kesalehan, aspek moral dan kejujuran dalam segala aktivitas pemasarannya.

- d. *Humanistis (Al-Insaniyah)* adalah Keistimewaan syariah *marketer* yang lain adalah sifatnya yang *humanistis* universal, yaitu bahwa syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiaannya terjaga dan terpelihara. Syariat Islam diciptakan untuk manusia sesuai dengan kapasitasnya tanpa menghiraukan ras, warna kulit, kebangsaan dan status.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan cara penelitian lapangan. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menekankan pada hal yang terpenting dari sifat suatu barang atau jasa berupa kejadian/fenomena/gejala sosial adalah makna dibalik kejadian tersebut yang dapat dijadikan pelajaran berharga bagi suatu pengembangan konsep teori.⁶³

Penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang mengungkapkan situasi sosial tertentu dengan mendeskripsikan kenyataan secara benar, dibentuk oleh kata-kata berdasarkan teknik pengumpulan dan analisis data relevan yang diperoleh dari situasi yang alamiah.⁶⁴ Penelitian kualitatif dilakukan karena peneliti ingin mengeksplor fenomena-fenomena yang tidak dapat dikuantifikasikan yang bersifat deskriptif seperti proses manajemen, metode yang digunakan, proses suatu konsep yang beragam, tata cara suatu budaya, dan lain sebagainya.⁶⁵

Metode kualitatif dapat digunakan untuk mengungkap dan memahami suatu dibalik fenomena yang sedikit pun belum diketahui. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode ini dapat juga digunakan untuk mendapatkan wawasan tentang sesuatu yang belum

⁶³Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hal. 22.

⁶⁴Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, hal. 25.

⁶⁵Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, hal. 22.

diketahui. Demikian pula metode kualitatif dapat memberi rincian yang kompleks tentang fenomena yang sulit diungkapkan.⁶⁶

Disamping itu, dalam penelitian kualitatif ini penulis harus terjun langsung ke lapangan tempat penelitian yaitu pondok pesantren Ma'rifatul Ilmi guna memperoleh data yang dibutuhkan. Penelitian ini berusaha untuk menggambarkan dan mengklarifikasikan fakta atau karakteristik fenomena yang ada dan keadaan yang sebenarnya tentang strategi dakwah *Multi Level Marketing* Syariah dalam penggunaan produk halal di Al-Fatih HPAI Kota Bengkulu.

B. Penjelasan Judul

Untuk menghindari kekeliruan dalam memahami judul, maka penulis menjelaskan beberapa istilah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Strategi Dakwah

Strategi dakwah merupakan siasat, taktik atau *maneuver* yang ditempuh dalam rangka mencapai tujuan dakwah yang diinginkan atau diharapkan. Strategi Dakwah harus sesuai dengan kondisi masyarakat (*mad'u*) dalam konteks sosio kultural tertentu. Sebab dakwah Islam dilaksanakan dalam kerangka sosio kultural yang sudah sarat dengan nilai, pandangan hidup dan sistem tertentu, bukan nihil budaya.

2. *Multi Level Marketing* Syariah

Multi Level Marketing atau MLM syariah adalah untuk produk halal dan bermanfaat, dan proses perdagangannya tidak ada yang

⁶⁶Ansellm Strauss dan Juliet Corbin, *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007), hal. 5.

melanggar syariat, tidak ada pemaksaan, penipuan, riba, sumpah yang berlebihan, pengurangan timbangan, dan yang lain-lain. Sebagai perusahaan yang beroperasi syariah, niat, konsep dan praktek pengelolaannya senantiasa merujuk kepada al-Qur'an dan Hadits Rasulullah SAW. Dan untuk itu struktur organisasi perusahaan pun dilengkapi dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) dari MUI untuk mengawasi jalannya perusahaan agar sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam.

3. Produk Halal

Halal adalah sesuatu yang dengannya terurailah *buhul* yang membahayakan, dan Allah memperbolehkan untuk dikerjakan. Produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai syariat islam adalah produk yang tidak mengandung babi atau produk yang berasal dari babi, serta tidak menggunakan alkohol sebagai *ingredient* yang sengaja ditambahkan.

4. Al-Fatih HPAI Kota Bengkulu

PT Herba Penawar Alwahida Indonesia, yang kemudian dikenal sebagai HPAI merupakan salah satu perusahaan Halal *Network* di Indonesia yang mengeluarkan produk-produk herbal halal dan berkualitas yang terjaga alamiah, ilmiah dan ilahiahnya. Al-Fatih HPAI adalah salah satu *Business Centre* (BC) yang ada di Kota Bengkulu.

C. Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu yang diperlukan dalam penelitian ini akan diperkirakan selama satu bulan dan lokasi penelitian di Al-Fatih HPAI kota Bengkulu.

D. Informan Penelitian

Informan penelitian ini adalah subjek penelitian yang memberikan informasi tentang fenomena-fenomena dan situasi sosial yang berlangsung di lapangan.⁶⁷ Dalam hal ini, menentukan informan dalam penelitian ini dengan *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* adalah teknik sampling yang digunakan oleh peneliti jika memiliki pertimbangan-pertimbangan tertentu dalam pengambilan sampelnya.⁶⁸ Pemilihan informan dilakukan secara sengaja berdasarkan kriteria-kriteria yang terdapat pada tujuan penelitian. Berikut Kriteria yang menjadi pertimbangan peneliti dalam menentukan informan yaitu :

1. Informan yang terkait dalam kegiatan penelitian yang diteliti.
2. Informan yang mampu memberikan data ataupun informasi yang dibutuhkan peneliti.
3. Bersedia menjadi informan dalam penelitian.
4. Informan yang menyediakan waktu luang untuk memberikan informasi.

Berdasarkan kriteria di atas yang layak menjadi informan dalam penelitian ini berjumlah 8 orang yang terdiri dari *Owner*, *Mitra* dan *Member* dari Al-Fatih HPAI Kota Bengkulu.

E. Sumber Data

Sumber data adalah salah satu yang paling vital dalam penelitian.

Kesalahan dalam menggunakan atau memahami sumber data, maka data yang

⁶⁷Iskandar, *Metodologi Penelitian: Pendidikan dan Sosial*, (Jakarta: Graha Persada Press, 2008), hal. 213.

⁶⁸Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial: Pendekatan kualitatif dan kuantitatif*, Edisi Kedua, (Yogyakarta: Erlangga, 2009), hal. 96.

diperoleh juga akan meleset dari yang diharapkan.⁶⁹ Oleh karena itu, peneliti harus memahami sumber data yang digunakan dalam penelitian. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang di peroleh langsung dari sumbernya, diamati, dan dicatat untuk pertama kalinya berupa wawancara atau pengamatan lainnya seperti observasi. Data primer juga data yang diperoleh secara langsung tanpa perantara.⁷⁰ Dalam hal ini data yang dihimpun adalah tentang bagaimana strategi dakwah *Multi Level Marketing* syariah dalam penggunaan produk halal di Al-Fatih HPAI Kota Bengkulu. Data ini diperoleh dari *Ownernya* dan Mitranya.

b. Data Skunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung yang berupa dari jurnal, skripsi, buku dan keterangan-keterangan lainnya.⁷¹

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, mak peneliti tidak akan

⁶⁹Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial Dan Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2013), hal. 129.

⁷⁰Ery Rustiyanto, *Statistik Rumah Sakit Untuk Penangambil Keputusan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), hal. 8.

⁷¹Ery Rustiyanto, *Statistik Rumah Sakit Untuk Penangambil Keputusan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), hal. 8.

mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.⁷² Dalam penelitian kualitatif teknik pengumpulan data dapat dilakukan melalui *setting* dari berbagai sumber dan berbagai cara.⁷³ Penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yakni :

a. Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah percakapan yang dilakukan oleh dua orang dengan maksud tertentu. Penelitian ini menggunakan teknik wawancara atau *interview*. Artinya apabila terdapat jawaban informan yang kurang lengkap karena masih bersifat umum dan kurang spesifik, maka perlu ditanyakan lebih lanjut.

Melalui metode ini peneliti mendapatkan berbagai informasi terkait dengan strategi dakwah *Multi Level Marketing* syariah dalam penggunaan produk halal di Al-Fatih HPAI kota Bengkulu.

b. Observasi

Observasi merupakan kegiatan pengamatan dan pencatatan dengan sistemik terhadap fenomena-fenomena yang diselidiki. Adapun observasi yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah observasi partisipan dimana peneliti tersebut secara langsung terlibat dalam kegiatan-kegiatan yang dilakukan subjek yang diobservasi.

Metode observasi dalam penelitian ini digunakan untuk mendapatkan data yang terkait dengan strategi dakwah *Multi Level Marketing* syariah dalam penggunaan produk halal di Al-Fatih HPAI

⁷²Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hal. 375.

⁷³Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hal. 103.

tersebut. Tujuan observasi adalah mendeskripsikan setting yang dipelajari, aktivitas-aktivitas yang berlangsung, orang-orang yang terlibat dalam aktivitas, dan makna kejadian di lihat dari perspektif mereka yang terlihat dalam kejadian yang diamati.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sumber informasi yang bukan manusia. Nasution menyebutkan bahwa ada pula sumber non manusia diantaranya dokumen, foto, dan bahan statistik. Secara harfiah dokumentasi dapat diartikan sebagai catatan yang kejadiannya sudah lampau. Dokumentasi bisa berupa tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.⁷⁴ Gottschalk mengungkapkan bahwa para ahli sering mengartikan dokumentasi dalam dua pengertian, yaitu sumber tertulis bagi informasi sejarah dan diperuntukan bagi surat-surat resmi.

Dokumen juga dapat diartikan setiap proses pembuktian yang didasarkan atau jenis sumber apapun, baik bersifat tulisan, lisan dan gambaran.⁷⁵ Metode dokumentasi dilakukan untuk mengetahui kondisi umum, terutama menyangkut keseluruhan fokus penelitian atau yang berhubungan dengan fokus permasalahan penelitian.

G. Teknik Keabsahan Data

Setelah itu maka data perlu diuji keabsahannya. Dengan melakukan pemeriksaan ulang terhadap data yang telah terkumpul. Untuk menetapkan keabsahan data diperlukan teknik pemeriksaan apabila data penelitian

⁷⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hal. 146.

⁷⁵Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hal. 147.

memiliki derajat kepercayaan (*credibility*), keteralihan (*transferability*), ketergantungan (*dependability*), dan kepastian (*confirmability*).⁷⁶ Teknik pemeriksaan keabsahan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Meningkatkan ketekunan

Ketekunan berarti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan. Dengan cara tersebut maka kepastian data dan urutan peristiwa akan dapat direkam secara pasti dan sistematis. Dengan ketekunan, maka peneliti dapat melakukan pengecekan kembali apakah data yang telah ditemukan itu salah atau benar. Demikian juga dengan ketekunan peneliti dapat memberikan deskripsi data yang akurat dan sistematis tentang apa yang diamati.⁷⁷

Sebagai bekal untuk meningkatkan ketekunan adalah dengan cara membaca berbagai referensi buku maupun hasil penelitian atau dokumentasi yang terkait dengan temuan yang diteliti. Dengan membaca maka wawasan akan semakin luas, sehingga dapat digunakan untuk memeriksa data yang ditemukan itu benar atau tidak. Demikian juga ketekunan peneliti dapat memberikan deskripsi data yang akurat dan sistematis tentang apa yang diamati. Dalam hal ini meningkatkan ketekunan, yaitu mengetahui strategi dakwah *Multi level Marketing* Syariah dalam penggunaan produk halal di Al-Fatih HPAI kota Bengkulu.

⁷⁶Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, hal. 164.

⁷⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hal. 463.

2. Triangulasi

Triangulasi diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Sehingga ada triangulasi dari sumber/informan, triangulasi dari teknik dan triangulasi waktu.⁷⁸ Dalam hal ini peneliti melakukan pengecekan data yang didapat dari informan mengenai strategi dakwah *Multi Level Marketing* Syariah produk Halal di Al-Fatih HPAI.

H. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan salah satu langkah penting dalam rangka memperoleh temuan-temuan hasil penelitian. Analisis data dalam penelitian kualitatif penulis menggunakan model milles dan huberman.⁷⁹ Analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah teknik deskriptif dengan membuat gambaran yang dilakukan dengan cara berikut:

1. Reduksi Data atau Penyederhanaan (*Data Reduction*)

Reduksi data adalah merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting. Dengan demikian, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk mencari kembali data sebagai tambahan atas data sebelumnya yang diperoleh jika diperlukan.⁸⁰ Demikian juga reduksi data peneliti dapat menyederhanakan hal-hal pokok yang memfokuskan ke hal-hal penting. Dalam hal ini reduksi data, yaitu

⁷⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, hal. 464.

⁷⁹Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hal. 218.

⁸⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: alfabeta, 2013), hal. 405.

merangkum hal-hal penting yang berkaitan dengan strategi dakwah *Multi level Marketing* Syariah dalam penggunaan produk halal di Al-Fatih HPAI kota Bengkulu.

2. Penyajian data

Penyajian data adalah proses penyusunan informasi dalam bentuk sistematis, sehingga menjadi bentuk yang sederhana yang dapat dipahami maknanya. Dengan penyajian data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang dipahami. Yang digunakan untuk penyajian data dalam penelitian ini adalah dengan teks yang bersifat naratif.⁸¹ Dalam hal ini penyajian data yaitu proses penyusunan informasi yang sistematis yang berkaitan dengan Strategi Dakwah *Multi Level Marketing* Syariah dalam penggunaan produk halal di Al-Fatih HPAI kota Bengkulu.

3. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan proses lanjutan dari reduksi dan penyajian data. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan masih dapat di uji dengan data lapangan.⁸² Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah berada dilapangan. Oleh sebab itulah, data yang disimpulkan berpeluang untuk menerima

⁸¹Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hal. 219.

⁸²Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, hal. 412.

masukan.⁸³ Dalam hal ini peneliti melakukan penarikan kesimpulan dari apa yang sudah dijelaskan yakni tentang strategi dakwah *multi level marketing* syariah di Al-Fatih HPAI.

⁸³Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, hal. 220.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskriptif Wilayah Penelitian

1. Sejarah berdirinya BC HPAI di Kota Bengkulu

Member shifnya dimulai persis bersamaan dengan berdirinya PT. HPAI pusat yaitu pada tahun 2012 awal. Sedangkan berdiri agen stok perwakilan wilayah atau daerah provinsi Bengkulu yakni pada akhir tahun 2012 dengan berdirinya *Business Center* (selanjutnya disebut BC) I atas nama Ustad Imanudin Sp., yang mana beliau sendiri bagian mitra dari Al-Fatih HPAI kota Bengkulu. Kemudian Al-Fatih Hpai mulai bergerak menggerakkan bisnis ini pada akhir tahun 2014. Al-Fatih HPAI didirikan oleh Nusiranto yang menjadi kantor perwakilan perusahaan atau agen stok yakni *Business Center* yang kedua pada tanggal 20 Agustus 2015.

Alasan mendirikan bisnis ini karena tidak meragukan bahwa HPAI adalah perusahaan yang teruji, terbukti, selain kepemilikannya betul-betul punya muslim dan produknya halal *thayiban* dengan harga terjangkau, sekarang juga memiliki *support system* yang betul-betul syariah dan teknologi yang canggih dan juga HPAI mempunyai Integritas manajemen yang sangat bagus karena di isi dengan orang-orang yang ahli.

Awalnya perusahaan ini hanya memiliki dua produk dan itu hanya konsinasi (yakni orang yang punya produk) namun perusahaan ini hanya sebagai distributor. Omset tahun pertama rata-rata hanya tiga milyar

perbulan tapi untuk ukuran nasional itu masih sangat kecil, yang kedua naik 6 milyar, dan sampai saat sekarang ini sudah tembus di atas seratus milyar. Dan sekarang produknya sudah mencapai 80 item produk dan sudah mempunyai pabrik sendiri.⁸⁴

2. Visi, Misi dan Tujuan

Adapun Visi, Misi dan Tujuan HPAI, yakni sebagai berikut :

a. Visi

Menjadi Refrensi Utama Produk Halal Berkualitas

b. Misi

- 1) Menjadi perusahaan jaringan pemasaran papan atas kebanggaan umat
- 2) Menjadi wadah perjuangan penyediaan Produk Halal bagi umat Islam
- 3) Menghasilkan pengusaha – pengusaha muslim yang dapat dibanggakan baik sebagai pemasar, pembangun jaringan maupun produsen.⁸⁵

c. Tujuan

Menjadi pemimpin Industri Produk Halal yang memproduksi produk herbal dan terjamin kehalalannya yang bukan hanya sertifikat tapi semuanya, mulai dari proses pembuatannya sampai dalam penjualannya. Dan untuk menghasilkan pengusaha-pengusaha muslim

⁸⁴Bapak Nusiranto, (*Owner* Al-Fatih HPAI kota Bengkulu), wawancara 23 Juni 2019.

⁸⁵Panduan Sukses HPAI, *Referensi Utama Produk Halal Dunia*, (Jakarta: PT.HPAI, 2016), hal.9.

yang dapat dibanggakan baik itu sebagai pemasar, pembangun jaringan maupun sebagai produsen.⁸⁶

3. Keunggulan HPAI

Adapun keunggulan HPAI yakni sebagai berikut :

- a. HPAI memiliki Dewan Syariah, yang senantiasa proaktif mengawasi, mengevaluasi, dan memberi masukan serta nasihat untuk menjaga bisnis Halal *Network* HPAI tetap berada dalam koridor Syariat Islam.
- b. HPAI memiliki sertifikat DSN (Dewan Pengawas Syariah Nasional) – MUI Pusat sebagai bentuk legal formal pengesahan bahwa Bisnis Halal *Network* HPAI telah memenuhi prinsip-prinsip Syariat Islam.
- c. HPAI menjual produk-produk yang dijamin 100 % Halal, Karena semua produk-produk HPAI diawasi langsung oleh orang-orang yang memiliki kompetensi dan pemahaman tentang kehalalan produk.
- d. HPAI memiliki *SUCCESS PLAN* yang adil dan menguntungkan sesuai syariat Islam.
- e. Bisnis di Halal *Network* HPAI dapat diwariskan selama perusahaan masih berdiri.
- f. HPAI adalah Bisnis yang memberikan peluang keuntungan di dunia dan juga di akhirat.
- g. HPAI memberikan keterampilan (*life skill*) pada bidang kesehatan *Thibbun Nabawi* yang bermanfaat untuk diri sendiri, keluarga, dan masyarakat.

⁸⁶Bapak Nusiranto, (*Owner* Al-Fatih HPAI kota Bengkulu), wawancara 23 Juni 2019.

- h. Bisnis di Halal Network HPAI didukung oleh kekuatan Manajemen dalam *Online System*, sehingga memastikan akuntabilitas dan aksesibilitas bagi setiap agen dan leader yang berbisnis di HPAI.
- i. HPAI dimiliki oleh 100 % Muslim yang komitmen pada Nilai-nilai kemuliaan Islam. HPAI didirikan , dibangun, dan dikelola oleh Insan profesional Muslim Indonesia.
- j. HPAI hanya memproduksi, menyediakan,, memasarkan dan mendistribusikan produk-produk yang berkualitas berdasarkan azas Alamiah, Ilmiah dan Ilahiah.
- k. semangat keIslaman menjadi spirit dan nilai-nilai akhlak serta azas dalam bekerja dan berniaga, di Halal *Network* HPAI.
- l. HPAI memiliki sejumlah *Bussiness Center* (BC) dan *Agenstok* dalam jalur pendistribusian produk yang tersebar hampir seluruh propinsi Indonesia, bahkan juga di beberapa negara dan jumlah Agen HPAI yang terus tumbuh berkembang.
- m. HPAI menggunakan Basis *Online (Web Base) Services*, Aplikasi penjualan di *Agenstok* dan *Business Center* (BC) sudah 100% online.⁸⁷

4. Produk-Produk Halal HPAI

Al-Fatih HPAI kota Bengkulu Mempunyai produk-produk Halal untuk Dikonsumsi setiap harinya. Macam-macam Produk yang ada di Al-Fatih HPAI adalah sebagai berikut :⁸⁸

⁸⁷Panduan Sukses HPAI, *Referensi Utama Produk Halal Dunia*, (Jakarta: PT.HPAI, 2016), hal.11.

⁸⁸Katalog Produk, *Referensi Utama Produk Halal Dunia*, (Jakarta: PT.HPAI, 2016), hal. 8-117.

- a. Produk Herbal (*Herbs Products*) yang terdiri dari *Andrographis Cantella*, *Bliberry*, *Blosir*, *Carnocap*, *Deep Squa*, *Diabetrac*, Gamat Kapsul, *Ginextrac*, Habbassauda HPAI, Harumi, langsingin, Laurik, Magafit, Mengkudu Kapsul, Minyak herba Sinergi, Mustika Dara, *N-Green*, Pegagang Hs, *Procumin Rich Vit.E*, *Procumin Propolis*, Rosella Hs, Siena (Jati Cina), *Spirulina*, *Truscon*.
- b. Makanan dan minuman Kesehatan (*Health Food and Beverages*) yang terdiri dari Centella Teh Sinergi, *Dates Syrup Premium*, *Deep Olive*, *Etta Goat Milk*, *Extra Food*, HPAI *Coffe*, *JannaTeaCold*, *JannaTeaHot*, *Kopi 7 Elemen*, Madu Asli Multiflora, Madu Asli Premium, Madu Pahit, Madu SJ (Sapu Jagat), Minyak Zaitun, Sari Kurma *Healthy Dates*, *Stim Fibre*.
- c. *Cosmetics and Home Care* yang terdiri dari *Beauty Care Set*, *Beauty Day Cream*, *Beauty Night Cream*, *Deep Beauty*, *Green Wash Detergent*, *Green Wash Softener*, Hibis, HNI Hijab, Pasta Gigi Herbal HPAI, *Promol12*, *Paper Daily Freshener*, Sabun kolagen Transparan, Sabun Madu Transparan, Sabun Propolis Transparan dan Propolis Shampo.

5. *Reward* Al-Fatih HPAI kota Bengkulu

Beberapa *Reward* yang sudah diperoleh Al-Fatih HPAI kota Bengkulu, antara lain sebagai berikut:

- a. *Top Scorer* pencetak *New SC* dan *New Manager*
- b. *Top Producer 2017 Leader Club*

- c. *Top Scorer M-3000*
- d. *Agent dan Leader Meeting Bengkulu*
- e. *Agent dan Leader Meeting Padang*
- f. *The Rookie Leader LED yang Melahirkan LED baru*
- g. *LED CED sebagai Special Gues Kopdar Leader Meeting*
- h. *The Best Performance Senior Leader Club*
- i. *Debutan Senior Leader Club*
- j. *Runner Up 1 senior Agent*
- k. *Espedisi Penaklukan Eropa*

6. Informan Penelitian

Adapun jumlah informan yang penulis wawancarai yaitu 8 orang yang terdiri dari 1 orang *Owner* Al-Fatih HPAI kota Bengkulu, 5 orang Mitra dari Al-Fatih HPAI kota Bengkulu dan 2 orang member data ini dapat dilihat pada table di bawah ini:

Tabel 4.1

No	Nama	Jabatan
1.	Nusiranto	<i>Owner</i> Al-Fatih HPAI
2.	Samsudin	Mitra
3.	Imanudin	Mitra
4.	Tahardin	Mitra
5.	M. Alfandi	Mitra
6.	Ulil Amri	Mitra
7.	Tri Wilda	Member
8.	Hersi Oktavia	Member

B. Hasil Penelitian dan pembahasan

1. Startegi Dakwah *Multi Level Marketing* Syariah

Al-Fatih HPAI kota Bengkulu berusia kurang lebih 5 tahun yang menyediakan produk-produk Herbal yang halal. Di sini bukan hanya berdagang tetapi juga berdakwah yakni mengajak umat Islam hijrah menggunakan produk Halal. Agar berdagang sekaligus berdakwah ini dapat berhasil yang diterima masyarakat itu membutuhkan strategi yang matang. Strategi itu menentukan keberhasilan dakwah di HPAI kota Bengkulu pada produk halal dalam mencapai tujuannya.

Strategi sentimental, Strategi Rasional, Strategi Indriawi dan Strategi *tilawah* merupakan strategi dakwah yang digunakan HPAI dalam memasarkan produk-produknya.

Berdasarkan wawancara dan observasi yang dilakukan peneliti tentang Strategi Dakwah *Multi Level Marketing* Syariah dalam penggunaan produk halal di Al-Fatih HPAI kota Bengkulu agar dalam pemasaran dan dakwahnya berhasil. Strategi tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Strategi sentimental

Strategi sentimental (*al-manhaj al-'athifi*) adalah strategi yang memfokuskan pada aspek hati dan menggerakkan perasaan dengan cara memberikan nasehat yang baik dengan kelembutan strategi ini biasanya digunakan *Da'i* dalam bentuk ceramah. Hal ini yang diterapkan oleh *leader-leader* HPAI khususnya Al-Fatih HPAI kota

bengkulu dalam memasarkan produknya. Untuk menarik perhatian calon konsumen yang harus dilakukan adalah dengan cara menyentuh perasaan atau hati mereka dengan kelembutan.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Nusiranto selaku

Owner Al-Fatih HPAI kota Bengkulu mengatakan bahwa:

“Strategi yang digunakan untuk menyentuh hatinya itu adalah dengan PCA (Pakai, Ceritakan dan Ajak), terlebih dahulu sayaharus memakai produk tersebut secukupnya sesuai kebutuhan. Setelah memakai produk diceritakan, ceritakan sebanyak-banyaknya kepada siapapun, dimanapun, dan dalam kondisi apapun. Apa yang diceritakan? Apa saja tentang HPAI ceritakan, terutama cerita pengalaman menggunakan Produk HPAI. Dan tentunya selalu menggunakan kata kunci, “saya juga pakai”, “keluarga saya semuanya pakai”. Karena konsep dasarnya “ *the Best Sales is the Best User* (Penjual terbaik adalah pemakai terbaik) “. Terakhir baru diajak, setelah diceritakan pengalaman menggunakan produk HPAI sehari-hari, pastikan sahabat kita tersebut diajak untuk hijrah produk dan *Life Style*, dengan produk yang lebih dijamin Halal dan milik muslim berbasis Sunnah Nabi, dan itulah HPAI. Dan di HPAI itu tak ada paksaan untuk menggunakan produk ini atau itu disini kita dianjurkan memakai sesuai dengan apa yang kita butuhkan.”⁸⁹

Pernyataan juga yang disampaikan oleh Ustad Imanudin

Imanudin selaku *Owner* BC I HPAI kota Bengkulu dan sebagai Mitra

dari Al-Fatih HPAI Kota Bengkulu. Beliau mengatakan :

“Strategi yang digunakan adalah PCA (Pakai, Ceritakan dan Ajak), yakni dengan menjadi pemakai terlebih dahulu dengan memakai secukupnya dan sewajarnya sesuai dengan kebutuhan yang dibutuhkan. Setelah selesai memakai maka diceritakan kepada keluarga, teman, tetangga dan lain sebagainya “bagaimana pengalaman kita menggunakan produk HPAI dan jangan lupa kita ajak saudara-saudara kita untuk bergabung hijrah produk yang benar-benar terjamin kehalalannya dan Milik Islam tentunya Produk buatan Indonesia.”⁹⁰

⁸⁹Bapak Nusiranto, (*Owner* Al-Fatih HPAI kota Bengkulu), wawancara 23 Juni 2019.

⁹⁰Ustad Imanudin (*Owner* BC I HPAI dan sebagai Mitra dari Al-Fatih HPAI), wawancara 26 Juni 2019

Pernyataan yang sama disampaikan oleh Bapak Samsudin sebagai mitra dari Al-Fatih HPAI yang ada di Manna Bengkulu Selatan :

“Sebenarau Strategi yang digunaukah tu samau sajuu dengan diau lain(Mitra HPAI)nyelah lah PCA (Pakai, Ceritau dengan diajak). Sebelum kitau ngajak jemau yak kitau kudai yang ncubau luk apau HPAI tu. Amunlah udim dipakai mangku tu lah keruan kitau luk apau hasilau nyelah lah di ceritaukah dengan sanak-sanak kitau, tetangga, kekawan tu. Lah udim di ceritaukah panjang libagh luk apau HPAI tu nyelah lah kitau ajak, diajak i ughang tu “mela makaiiau ndik kerugi pukukau.” Ndik kerugi amun lah makai HPAI tu malah dapat untung, tapau untungau, ui amun lah begabung di HPAI tu apau agi amunlah adau kartu kelau tu kitau dapat diskon udm tu dapat poin pulau.”⁹¹
(Sebenarnya strategi yang digunakan itu sama saja dengan yang lain (mitra HPAI) yakni dengan PCA(Pakai, Cerita dan di ajak). Sebelum kita mengajak orang ya terlebih dahulu kita mencobanya bagaimana HPAI itu. Kalau sudah di pakai dan kita sudah mengetahui seperti apa maka kita ceritakan kepada saudar-saudara, teman dan lain-lainnya. Setelah selesai bercerita dengan panjang bagaimana HPAI itu maka jangan lupa kita ajak, diajak untuk menggunakan HPAI. “ tidak akan rugi bahkan kita akan untung, kalau sudah menggunakan HPAI itu apalagi kalau sudah ada kartu tentu saja kita akan mendapatkan diskon dan mendapatkan poin setiap produk yang dibeli.”

Pernyataan juga yang disampaikan oleh salah satu Mitra yang berada di Palembang yang bernama Tahardin:

“Sama seperti yang lain dengan PCA (Pakai, Cerita dan Ajak), yakni pertama-tama dengan memakai produk secukupnya dan sewajarnya sesuai dengan kebutuhan. Apabila sudah melihat dan merasakannya sendiri, Bagaimana Produk HPAI itu?,Lalu diceritakan kepada saudara-saudara, keluarga, teman dll Produk yang di gunakan benar-benar ada khasiatnya dan mempunyai kegunaannya masing-masing sesuai yang kita butuhkan. Setelah panjang lebar cerita tentang Produk HPAI jangan lupa Ajak. Ajak agar orang yang sudah di ceritakan tentang HPAI tadi mau Hijrah produk dengan bergabung dan mau memakai.”⁹²

⁹¹Bapak Samsudin (Mitra dari Al-Fatih HPAI yang ada di Manna), wawancara 24 Juni 2019

⁹²Bapak Tahardin (Mitra dari Palembang), wawancara 26 Juni 2019

Pernyataan yang sama disampaikan oleh M. Alfandi sebagai mitra Al-Fatih HPAI:

“Strategi yang digunakan adalah PCA (Pakai, Cerita dan Ajak) yakni dengan memakai seperlunya produk sesuai dengan kebutuhan. Setelah memakai dan merasakan seperti apa produk HPAI selanjutnya adalah Cerita. Cerita sebanyak-banyaknya tentang HPAI itu tanpa menjelek-jelekkan produk lain. Setelah panjang lebar bercerita, kita harus Ajak agar orang yang di berikan cerita tadi mau ikut bergabung dan tentunya menggunakan produk yang diperlukan tanpa ada paksaan.”⁹³

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh Bapak Ulil Amri sebagai Mitra Al-Fatih HPAI :

“Sebenarnya startegi yang kami lakukan itu sama saja yaitu dengan PCA (Pakai, Cerita dan Ajak). Seperti kata pertamanya tadi Pakai, bahwasanya kita itu terlebih dahulu memakai produk dengan seperlunya dan sewajarnya sesuai dengan apa yang kita butuhkan. Yang kedua adalah Cerita, yakni dengan menceritakan sebanyak-banyaknya kepada semua orang terkhususnya orang muslim. Bagaimana pendapat kita tentang produk HPAI? Setelah itu jangan lupa Ajak, yaitu kita mengajak mereka Hijrah produk dengan menggunakan produk dari HPAI dengan bergabungnya mereka menjadi keluarga HPAI.”⁹⁴

Pernyataan yang disampaikan oleh salah satu member bernama Tri Wilda, dia mengatakan :

“Ya dengan PCA (pakai, Cerita dan Ajak), kita pakai dulu produk sesuai dengan kebutuhan seperti saya kan ibu rumah tangga jadi saya pakai untuk kebutuhan rumah tangga seperti sabun, *detergen*, pasta gigi madu dan lain-lainnya. Setelah saya pakai dan melihat bagaimana hasilnya ya saya ceritakan kepada sanak saudara, tetangga, teman dan lain-lainnya seperti apa produk HPAI itu. Jika sudah selesai bercerita semua yang ada kaitannya dengan HPAI ya kita ajak semuanya untuk bergabung menjadi keluarga HPAI dengan berhijrah menggunakan produk yang terjamin kehalalannya, juga dan tentunya orang muslim yang punya.”⁹⁵

⁹³M. Alfandi (Mitra Al-Fatih), wawancara 28 Juni 2019

⁹⁴Bapak Ulil Amri (Mitra Al-Fatih HPAI), wawancara 28 Juni 2019

⁹⁵Ibu Tri Wilda (Member), wawancara 29 Juni 2019

Pernyataan yang sama disampaikan oleh salah satu member bernama Hersi Oktavia, dia mengatakan :

“Kan saya sudah bergabung ni mbak menjadi member HPAI dan tentunya saya sudah memakai produk dari HPAI ini dan saya sudah merasakan bagaimana kualitasnya jadi setelah saya pakai ya saya bercerita sama teman-teman saya, keluarga saya dan yang lain-lainnya mbak saya ceritakan semuanya kepada mereka bagaimana HPAI itu. Sudah dijelaskan semuanya ya saya ajaklah mbak untuk hijrah produk menggunakan HPAI.”⁹⁶

Setelah peneliti melakukan wawancara dan observasi di Al-Fatih HPAI kota Bengkulu, peneliti menemukan bahwa strategi sentimental (menggerakkan hati). Strategi sentimental adalah metode atau cara-cara dakwah yang memfokuskan pada aspek hati yang menggerakkan perasaan dan batin mitra dakwah. Untuk mnggerakkan hati seseorang dilakukan dengan cara mau'idhatul hasanah (nasehat yang baik).⁹⁷ Karena seseorang akan tergerak hatinya jika dengan menggunakan kata-kata yang lembut. Hati itu hanya bisa disentuh oleh kebeningan kelembutan. Dan metode atau cara mau'idhatul hasanah ini terdapat dalam Al-Qur'an, Allah Swt berfirman :

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ

بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

⁹⁶Hersi Oktavia(Member), Wawancara 30 Juni 2019

⁹⁷Mau'idhoh hasanah artinya adalah kata-kata yang masuk ke dalam kalbu dengan penuh kasih sayang dan ke dalam perasaan dengan penuh kelembutan, tidak membongkar atau membeberkan kesalahan orang lain sebab kelemahan-kelembutan dalam menasihati sering kali dapat meluluhkan hati yang keras dan menjinakkan kalbu yang liar, ia lebih mudah melahirkan kebaikan dari pada larangan dan ancaman.

Artinya : Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.⁹⁸

Ayat diatas menjelaskan bahwa dengan menyentuh hati dengan kata-kata yang penuh dengan kelembutan maka mitra dakwah yang diberikan penjelasan atau didakwahi akan tergerak hatinya. Rasulullah berdakwah dengan memberikan keteladanan. Karena dengan memberikan keteladanan dakwah dapat diterima oleh mitra dakwah. Salah satunya yakni dengan PCA (Pakai, Cerita dan Ajak) yang diterapkan HPAI untuk menarik calon konsumen atau member baru. Bahwasanya sebelum mengajak orang lain memakai produk, terlebih dahulu dengan memakai produk untuk dirinya sendiri, yang tujuannya agar lebih mengetahui bagaimanakah produk dari HPAI ini, setelah memakainya dan sudah mengetahui bagaimana produk tersebut, baru diceritakan apa saja yang berhubungan dengan HPAI, mulai dari sejarah, proses pembuatan dan lain sebagainya.

Apabila sudah menceritakannya kepada calon konsumen lain maka langkah selanjutnya adalah ajak, langkah selanjutnya diajak mencoba dan memakai produk untuk digunakan setiap harinya. Karena penjual yang baik adalah pemakai terbaik itulah yang dilakukan oleh para leader-leader HPAI.

⁹⁸Departemen agama, *Al-Qur'an dan terjemahannya*, hal.

b. Strategi Rasional

Selain strategi sentimental, Da'i juga bisa menggunakan strategi rasional (*al-manhaj al-'aqli*) dalam memasarkan produk. Karena setiap konsumen memiliki cara pikir yang berbeda-beda dan tentunya mereka memerlukan waktu untuk memutuskan sesuatu. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan Bapak Nusiranto selaku *Owner* Al-Fatih HPAI kota Bengkulu mengatakan bahwa:

“Dalam aktifitas bisnis jaringan di Halal *Network* HPAI, ada inti dari semua strategi dan aktivitas gerakannya yaitu *Home Sharing*. Disini akan dijelaskan tentang profil HPAI (apa itu HPAI, tujuan HPAI dan cara sukses HPAI). Lalu akan dijelaskan tentang prinsip Halal *Mart* di HPAI, Alami (untuk produknya), Ilmiah (dapat diilmiahkan) dan Ilaihiyah (dalam proses pembuatannya selalu menyertakan Asma-asma Allah yakni dengan berzikir, membaca al-Quran pagi dan petang), ada peluang 3 S, selamat (mengantarkan selamat dunia akhirat), sehat (menyehatkan), sejahtera (dalam bisnis akan sukses), Ceritakan manfaat 30.000 (apa saja keuntungan di 30.000 itu), menclosing (dengan belanja keren yakni akan mendapatkan produk, diskon, cashback, royalti dan dapat diwariskan). Setelah *Home Sharing* langkah selanjutnya itu adalah *Follow Up*. Bahwa orang yang telah di beri pengetahuan mengenai HPAI harus di *Follow Up* agar kita dapat mengetahui bagaimana tanggapan dari mereka, Apakah Iya atau Tidak. *Follow Up* itu biasanya di lakukan 2 x 24 Jam. Tujuannya apa ya itu tadi agar kita segera mendapat jawaban pasti dari apa yang kita tawarkan. *Follow Up* itu sendiri bisa dilakukan dengan tiga cara yakni : melalui telepon, melalui Sms atau Email dan melalui pertemuan langsung. Dari ketiga cara *Follow Up* tersebut yang paling efektif dilakukan dalam melakukan *Follow Up* adalah dengan pertemuan langsung, sebab berkunjung dan bertemu langsung itu berbeda kita bisa lebih akrab lagi dan santai, saat bertemu langsung juga dapat menciptakan pembicaraan yang menarik dan itu adalah peluangnya besar agar bisa diterima oleh mereka.”⁹⁹

⁹⁹Bapak Nusiranto, (*Owner* Al-Fatih HPAI kota Bengkulu), wawancara 23 Juni 2019.

Pernyataan juga yang disampaikan oleh Ustad Imanudin selaku *Owner* BC I HPAI kota Bengkulu dan sebagai Mitra dari Al-Fatih HPAI Kota Bengkulu. Beliau mengatakan :

“Setelah strategi dengan PCA (Pakai, Cerita dan Ajak) tadi maka dilakukanlah *Home Sharing*. Bagi siapa yang ingin, merasa dan juga mau maka lakukan lah *Home Sharing* dan tentunya menduplikasikannya kepada teman-teman yang sudah bergabung menjadi keluarga HPAI. *Home Sharing* itu ada dua yakni *Home Sharing* Presentasi dan *Home Sharing* Pembinaan. *Home Sharing* Presentasi itu dilakukan setiap hari yakni untuk perekrutan member baru. Sedangkan *Home Sharing* Pembinaan dilakukan seminggu sekali. Di sini nanti akan dijelaskan apa saja yang berhubungan dengan HPAI mulai dari profil HPAI sampai ke pemasarannya. selanjutnya di *Follow up* atau tindak lanjut dari apa yang telah di persentasikan sebelumnya. Biasanya dilakukan 2 x 24 Jam tujuannya adalah untuk mengetahui jawaban dari mereka apakah iya atau tidak dari apa yang telah di sampaikan. Ada tiga cara yang dapat dilakukan untuk di *Follow Up*, melalui telepon, melalui sms atau Email dan bertemu langsung. Yang paling sering di lakukan adalah dengan bertemu secara langsung, karena dengan bertatap muka secara langsung itu kita bisa lebih mengakrabkan diri lagi itulah peluang agar kita bisa diterima.”¹⁰⁰

Pernyataan yang sama disampaikan oleh Bapak Samsudin sebagai mitra dari Al-Fatih HPAI yang ada di Manna Bengkulu Selatan. Beliau mengatakan :¹⁰¹

“Amun lah udim dengan PCA (Pakai, Cerita dan Ajak) tadi nyelah lah dengan *Home Sharing* atau bada jemau bekumpul(bekumpul bukan ngupatkah jemau) tapi betukar pengalaman dengan mitra-mitra jugau dengan calon keluargau baru HPAI. Kelau tu di enjuk gegalau yang adau kaitanau dengan HPAI ni jak di amun jadi member kelau tapau kekirau didapat sampai luk apau carau narik jemau tu mangku pacak begabung.”

(kalau sudah selesai dengan PCA (Pakai, Cerita dan Ajak) maka setelah itu dilakukanlah *Home Sharing* atau tempat berkumpul (bukan tempat untuk menjelekan orang) tapi bertukar pengalaman dengan

¹⁰⁰Ustad Imanudin Imanudin (*Owner* BC I HPAI dan sebagai Mitra dari Al-Fatih HPAI), wawancara 26 Juni 2019

¹⁰¹Bapak Samsudin (Mitra dari Al-Fatih HPAI yang ada di Manna), wawancara 24 Juni 2019

mitra-mita dan calon anggota baru HPAI. Setelah itu akan di berikan arahan yang berkaitan dengan HPAI mulai dari apabila bergabung menjadi member apa yang akan di dapat sampai bagaimana cara menarik orang itu agar mereka mau bergabung.)

Pernyataan juga yang disampaikan oleh salah satu Mitra yang berada di Palembang yang bernama Tahardin. Beliau mengatakan :

“Apabila PCA (Pakai, Cerita dan Ajak) sudah di lakukan maka jangan lupa untuk dianjurkan *Home Sharing*. *Home Sharing* atau sosialisai dari rumah kerumah. *Home Sharing* itu ada dua yakni, pertama *Home Sharing* persentasi untuk masyarakat konsumen calon member dan yang kedua *Home Sharing* pembinaan untuk yang sudah mejjadi member terutama yang sudah mengembangkan bisnis HPAI.”¹⁰²

Pernyataan yang sama disampaikan oleh M. Alfandi sebagai mitra Al-Fatih HPAI:

”Jika sudah dengan PCA (Pakai, Cerita dan Ajak) tadi ya langkah selanjutnya adalah *Home Sharing*. *Home sharing* itu dilakukan untuk menambah pengetahuan yang lebih lagi tentang HPAI karena di sana akan diajarkan bagaimana cara mengajak orang untuk bergabung dan bagaimana cara berdagang yang baik sesuai dengan syariat Islam. *Home Sharing* itu terdiri 2 yakni *Home Sharing* presentasi dan *Home Sharing* Pembinaan. *Home Sharing* Presentasi itu untuk calon anggota baru di mana di situ akan dijelaskan tentang produk mulai dari proses pembuatan sampai penjualannya itu seperti apa. *Home Sharing* presentasi ini dilakukan setiap hari agar apa yang di sampaikan dapat di pahami oleh para calon. Sedangkan *Home Sharing* pembinaan itu untuk member-member lama yang telah mengembangkan HPAI. *Home Sharing* ini di lakukan agar para member-member lama dapat meningkatkan jaringannya, biasanya dilakukan seminggu sekali.”¹⁰³

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh Ulil Amri sebagai Mitra Al-Fatih HPAI :

“PCA(Pakai, Cerita dan Ajak) sudah dilakukan dan tentunya dia mau mengetahui bagaimana HPAI itu maka selanjutnya adalah *Home Sharing*. *Home sharing* adalah tempat berkumpul yang sekaligus tempat untuk bertukar pengalaman baik itu untuk pemula maupun yang sudah lama bergabung. *Home Sharing* itu terdiri 2 macam, yang

¹⁰²Bapak Tahardin (Mitra dari Palembang), wawancara 26 Juni 2019

¹⁰³M. Alfandi (Mitra Al-Fatih), wawancara 28 Juni 2019

pertama *Home Sharing* Presentasi, di mana ini di tujukan untuk pemula atau calon anggota *member* baru. Di sini nanti akan dijelaskan semua yang berhubungan dengan HPAI. Yang kedua adalah *Home Sharing* Pembinaan, dimana ini ditujukan untuk para *member-member* yang sudah lama yang telah mengembangkan HPAI. Di sini akan diajarkan untuk selalu meningkatkan jaringan tentunya jaringan itu selalu berkembang setiap bulannya.”¹⁰⁴

Pernyataan yang disampaikan oleh salah satu konsumen biasa(member) bernama Tri Wilda, dia mengatakan :

“Selanjutnya adalah *Home Sharing*, meskipun saya hanya konsumen biasa, saya tetap melakukan *Home Sharing* itu tujuannya agar apa yang belum diketahui dapat di tanyakan disini soalnya bukan hanya calon anggota baru atau yang sudah menjadi member tetapi ada juga anggota yang sudah lama bergabung. Di *Home Sharing* kita dapat menanyakan segala hal yang berhubungan dengan HPAI.”¹⁰⁵

Pernyataan yang sama disampaikan oleh salah satu member bernama Hersi Oktavia, dia mengatakan :

“Yang kedua *Home Sharing* mbak, *Home Sharing* itu adalah tempat untuk bertukar pengalaman mengenai HPAI. apa saja yang belum dipahami dan dimengerti dapat ditanyakan di sini. Dan tentunya akan diajarkan bagaimana cara sukses di HPAI ini.”¹⁰⁶

Berdasarkan wawancara dan observasi peneliti menemukan bahwa strategi dakwah *Multi Level Marketing* syariah HPAI adalah strategi rasional atau Manhaj Al-Aql. Strategi ini mendorong mitra dakwah untuk berpikir, merenungkan, dan mengambil pelajaran. Penggunaan hukum logika, diskusi, atau penampilan contoh dan bukti sejarah merupakan beberapa metode dari strategi ini. Sebagaimana yang telah disampaikan oleh narasumber yakni dengan *Home Sharing*.

¹⁰⁴Bapak Ulil Amri (Mitra Al-Fatih HPAI), wawancara 28 Juni 2019

¹⁰⁵Ibu Tri Wilda (Member), wawancara 29 Juni 2019

¹⁰⁶Hersi Oktavia(Member), Wawancara 30 Juni 2019

Strategi ini sama halnya dengan metode dakwah yakni Mujaadalah atau berdiskusi.¹⁰⁷

Diskusi sering dimaksudkan sebagai pertukaran pikiran (gagasan, pendapat, dan sebagainya) antara sejumlah orang secara lisan, yaitu membahas suatu masalah tertentu yang dilaksanakan dengan teratur dan bertujuan untuk memperoleh kebenaran.¹⁰⁸ Melalui metode diskusi *Da'i* dapat mengembangkan kualitas mental dan pengetahuan agama para peserta dan dapat memperluas pandangan tentang materi dakwah yang di diskusikan.

Disini yang akan didiskusikan adalah tentang produk halal yang dianjurkan untuk dikonsumsi oleh umat Islam. Sesuai dalam Al-Quran surat Al-Maidah ayat 87-88, yang berbunyi :

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَحْرِمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا
 إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ ﴿٨٧﴾ وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا
 وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ ءُمُومُونَ ﴿٨٨﴾

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-

¹⁰⁷Dari segi etimologi (bahasa) lafadh mujadalah berasal dari kata “*Jadala*” yang bermakna memintal, melilit. Apabila ditambahkan Alif pada huruf jim yang mengikutiwazan *Faaala*, “*jaa dala*” dapat bermakna berdebat, dan “*Mujadalah*” perdebatan. Kata “*Jaadala*” dapat bermakna menarik tali dan mengikatnya guna menguatkan sesuatu. Orang yang berdebat bagaikan menarik dengan ucapan untuk menyakinkan lawannya dengan menguatkan pendapatnya melalui argumentasi yang disampaikan.

¹⁰⁸Dengan melakukan dakwah atau debat terbuka, hal itu akan dapat memunculkan sanggahan atas tanggapan dari orang lain. Sehingga, dapat diterima dengan senang hati oleh semua pihak. Karena itu, setiap Muslim harus bisa berargumentasi yang logis dan jelas. Sehingga, dapat sampai pada suatu kebenaran tanpa menimbulkan kebencian dan permusuhan.

orang yang melampaui batas. Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.

Seperti yang dijelaskan ayat diatas bahwa Allah Swt, menganjurkan umat manusia terkhusus umat Islam untuk makan-makan yang halal. Di HPAI. mulai dari proses pembuatan sampai ke pemasarannya. Tentunya di HPAI ini adalah kita itu bukan hanya bisa menjadi konsumen tetapi kita juga harus bisa menjadi pemasar yang memproduksi dan memasarkan produk-produk yang terjamin kehalalannya karena HPAI menggunakan bahan-bahan yang alami tanpa ada bahan tambahan yang dilarang oleh Allah Swt. Dan keuntungan bergabung di HPAI adalah apa yang sudah diperjualbelikan, itu untungnya bukan hanya untuk perusahaan tetapi untuk diri sendiri tentunya juga untuk orang lain (yang membutuhkan).

c. Strategi Indriawi

Strategi Indriawi (*al-manhaj al-hissi*) yaitu strategi yang memfokuskan pada aspek panca indra dan berpegang teguh pada hasil penelitian dan percobaan. Strategi ini digunakan dengan cara demo produk. Hal ini yang diterapkankan di Al-Fatih HPAI kota bengkulu dalam memasarkan produknya dengan membuktikannya secara langsung yakni demo produk.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan oleh peneliti dengan Bapak Nusiranto selaku *Owner* Al-Fatih HPAI kota Bengkulu. Beliau mengatakan:

“Biasanya kami itu melakukan demo produk agar para calon anggota baru mempercayai dengan apa yang kami tawarkan. Contohnya dengan produk baru kami ini *Detergen, extra food, Spirulina, susu kambing* dan lain sebagainya. Dan tentunya banyak sekali manfaatnya. Detergen ini satu bungkusnya bisa mencuci pakaian lebih dari 1 kg dan tentunya air bekas cucian tadi dapat digunakan untuk menyirami tanaman (pupuk), dan itu kami lakukan didepan mereka secara langsung, tanpa ada rekayasa, editan dan lain sebagainya kami melakukan dengan sebenar-benarnya.”¹⁰⁹

Setelah peneliti melakukan wawancara dan observasi di Al-Fatih HPAI kota Bengkulu, peneliti menemukan bahwa Strategi Indriawi (*al-manhaj al-hissi*) pada aspek panca indra dan berpegang teguh pada hasil penelitian dan percobaan. Strategi ini diterapkan HPAI dengan menggunakan metode Al-Hikmah.¹¹⁰ Salah satunya yakni demo produk yang sangat dianjurkan oleh dokter dan tentunya sudah dijelaskan didalam Al-Qur’an bahwa makanan yang sehat adalah makanan yang halal.¹¹¹ Yang terdapat didalam Al-Qur’an Surat Al-Baqarah ayat 173, Allah Swt berfirman :

¹⁰⁹Bapak Nusiranto, (*Owner* Al-Fatih HPAI kota Bengkulu), wawancara 23 Juni 2019.

¹¹⁰Hikmah: ialah Perkataan yang tegas dan benar yang dapat membedakan antara yang hak dengan yang bathil. Metode dakwah, Al-Hikmah diartikan bijaksana, akal budi yang mulia, dada yang lapang, hati yang bersih, dan menarik perhatian orang kepada agama atau Allah.

¹¹¹Makanan yang halal adalah makanan yang halal zatnya, halal cara memprosesnya dan halal cara memperolehnya. Makanan yang halal zatnya yaitu makanan yang tidak mengandung hal-hal yang diharamkan oleh Allah seperti darah, daging babi, bangkai, dan lainnya. Kemudian, makanan yang halal cara memprosesnya yaitu makanan yang diproses dengan menyebut asma Allah. Lalu makanan yang halal cara memperolehnya yaitu makanan yang tidak diperoleh dari hasil mencuri, menjarah, menipu, ataupun korupsi.

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنزِيرِ وَمَا أُهْلَ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ
 فَمَنْ أَضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

Artinya : Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. tetapi Barangsiapa dalam Keadaan terpaksa (memakannya) sedang Dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, Maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.

Dari ayat tersebut, sudah jelas makanan apa saja yang diharamkan untuk dikonsumsi. Artinya, selain makanan yang disebutkan tadi, maka semuanya diperbolehkan. Dan untuk produk yang tidak di konsumsi, baik untuk lingkungan adalah produk yang tidak mencemari akan tetapi bisa digunakan kembali dan berguna untuk makhluk hidup disekitarnya.

d. Strategi *Tilawah*

Strategi *Tilawah* (membacakan ayat-ayat Allah SWT) dengan strategi ini mitra dakwah diminta mendengarkan penjelasan pendakwah atau mitra dakwah membaca sendiri pesan yang ditulis oleh pendakwah. Hal ini yang diterapkan perusahaan dan Leader-leadernya yakni dengan ayat-ayat dakwah tentang penggunaan produk halal dan *Multi Level Marketing* Syariah di HPAI.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan oleh peneliti dengan Bapak Nusiranto selaku *Owner* Al-Fatih HPAI kota Bengkulu. Beliau mengatakan:

“Bahwa sebagai seorang muslim itu wajib menggunakan produk halal yang bukan hanya label halalnya saja akan tetapi mulai dari proses

produksinya sampai ke pemasarannya harus sesuai dengan syariat Islam. Seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an surah al-Baqarah ayat 168 yang berarti (hai sekalian manusia! Makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan; karena sesungguhnya setan itu adalah musuh nyata bagimu). surah al-Baqarah ayat 172, al-Maidah ayat 88 dan an-Nahl ayat 114 ayat tersebut mengharuskan manusia mengonsumsi yang halal. Itulah HPAI mulai dari proses pembuatannya yang melantunkan Asma-asma Allah, seperti shalat sebelum bekerja, membaca ayat suci Al-Quran dan lain-lainnya sampai dalam pemasarannya tidak ada unsur yang dilarang dalam Islam seperti riba, *Money Game* dan lain-lainnya. Di sini memang benar-benar dijaga dari hal-hal yang dapat mengharamkan suatu produk karena di HPAI diawasi oleh dewan syariah secara langsung.¹¹²

Pernyataan juga yang disampaikan oleh Ustad Imanudin Imanudin selaku *Owner* BC I HPAI kota Bengkulu dan sebagai Mitra dari Al-Fatih HPAI Kota Bengkulu. Beliau mengatakan :

“Seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an surah al-Baqarah ayat 172 nak yang berbunyi (Hai orang yang beriman! Makanlah di antara rezeki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar hanya kepada-Nya kamu menyembah). Jadi kita ini sebagai umat Islam harus mengonsumsi makanan halal yang benar-benar terjamin kehalalannya yang dianjurkan oleh Allah SWT seperti HPAI ini mulai dari proses produksinya itu sesuai dengan syariat Islam tak ada yang ditambah (*khamr, detergen*, yang berasal dari babi dan lain sebagainya) dan tak ada yang dikurangkan (bahan yang digunakan memang benar-benar dari alam yang halal) dan tentunya diawasi oleh dewan syariah langsung.”¹¹³

Setelah peneliti melakukan wawancara dan observasi di Al-Fatih HPAI kota Bengkulu, peneliti menemukan bahwa Strategi *tilawah* dengan membacakan ayat-ayat suci Al-Qur'an tentang kewajiban mengonsumsi produk halal. Yang terdapat dalam Al-Qur'an surah al-Baqarah ayat 168, yang berbunyi :

¹¹²Bapak Nusiranto, (*Owner* Al-Fatih HPAI kota Bengkulu), wawancara 23 Juni 2019.

¹¹³Ustad Imanudin (*Owner* BC I HPAI dan sebagai Mitra dari Al-Fatih HPAI), wawancara 26 Juni 2019

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٧٨﴾

Artinya : Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.

Dengan adanya anjuran manusia untuk mengkonsumsi produk halal ini, dapat membuat calon konsumen lebih percaya dan membuat akal pikiran berpikir bahwa apa yang disampaikan itu memang benar. Bahaya memakan makanan haram yang masuk kedalam tubuh manusia dapat mengakibatkan do'anya selama 40 hari tidak diterima oleh Allah Swt.¹¹⁴ Dan untuk pertanggung jawaban atas apa yang kita makan saat ini akan dipertanggung jawabkan di akhirat kelak tentunya itu sudah dijelaskan dalam kitab suci Al-Qur'an dan As-Sunnah. Rasulullah Saw bersabda :

لَا يَدْخُلُ الْجَنَّةَ لَحْمٌ نَبَتَ مِنَ سُحْتِ ، النَّارُ أَوْلَى بِهِ

“Tidak akan masuk surga daging yang tumbuh dari (makanan) yang haram (dan) neraka lebih layak baginya.”¹¹⁵

Berdasarkan dari hasil penelitian diatas, peneliti menyimpulkan bahwa strategi dakwah *Multi Level Marketing* Syariah dalam penggunaan

¹¹⁴Ibnu Abbas berkata bahwa Sa'ad bin Abi Waqash berkata kepada Nabi Muhammad SAW, " Ya Rasulullah, doakanlah aku agar menjadi orang yang dikabulkan doa-doanya oleh Allah". Apa jawaban Rasulullah, "Wahai Sa'ad perbaikilah makananmu (makanlah makanan yang halal) niscaya engkau akan menjadi orang yang selalu dikabulkan doanya. Dan demi jiwaku yang ada di tangan-Nya sungguh jika ada seseorang yang memasukkan makanan haram ke dalam perutnya, maka tidak akan diterima amalnya selama 40 hari dan seorang hamba yang dagingnya tumbuh dari hasil menipu dan riba, maka neraka lebih layak untuknya"(HR. At-Thabrani).

¹¹⁵Lihat HR. Ahmad 14032 dengan sanad jayid sebagaimana keterangan al-Albani.

produk Halal di HPAI telah menunjukkan keberhasilan. Artinya Strategi Sentimental, Rasional, Indriawi dan *Tilawah* yang diterapkan itu dapat membantu meningkatkan jaringan pemasaran di HPAI. Hal ini dapat dilihat dengan adanya peningkatan setiap tahunnya jaringan pemasaran HPAI yang memproduksi dan memperjualbelikan produk-produk halal dan berkualitas berazaskan *Thibbunnabawi*.

2. Analisis Hasil Penelitian

Strategi merupakan rencana tindakan (rangkaian kegiatan dakwah) termasuk penggunaan metode dan pemanfaatan berbagai sumber daya atau kekuatan. Penulis mengartikan bahwa Strategi adalah cara atau tindakan yang harus diatur secara sistematis, benar dan sesuai dengan tujuan yang telah ditentukan oleh organisasi atau perusahaan. Seperti Al-Fatih HPAI kota Bengkulu yang mempunyai Strategi dakwah *Multi Level Marketing* Syariah dalam penggunaan Produk Halal agar tercapainya suatu tujuan yang diharapkan. Strategi Dakwah *Multi Level Marketing* tersebut sebagai berikut:

a. Strategi sentimental

Dakwah yang memfokuskan aspek hati dengan menggerakkan perasaan dan batin mitra dakwah. Untuk mengajak orang memakai produk dari HPAI strategi yang digunakan adalah menyentuh hati calon konsumen. Untuk mnggerakkan hati seseorang dapat dilakukan dengan metode mau'idhatul hasanah (nasehat yang baik). kata-kata yang penuh dengan kelembutan maka mitra dakwah yang diberikan

penjelasan atau didakwahi akan tergerak hatinya. Rasulullah berdakwah dengan memberikan keteladanan. Karena dengan memberikan keteladanan dakwah dapat diterima oleh mitra dakwah.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan Pak Nusiranto selaku *Owner* Al-Fatih HPAI kota Bengkulu strategi yang digunakan untuk menyentuh hatinya itu adalah dengan PCA (Pakai, Ceritakan dan Ajak), sebelum mengajak orang lain untuk memakai produk, terlebih dahulu dengan memakai produk tersebut, untuk merasakan dan mengetahui bagaimana produk yang sudah dipakai. Setelah memakai produk baru diceritakan, ceritakan sebanyak-banyaknya kepada siapapun, dimanapun, dan dalam kondisi apapun. Apa yang diceritakan? Apa saja tentang HPAI ceritakan, terutama cerita pengalaman menggunakan Produk HPAI. Terakhir baru di ajak, setelah diceritakan pengalaman menggunakan produk HPAI sehari-hari, pastikan sahabat kita tersebut di ajak untuk hijrah produk dan *Life Style*.

Berdasarkan pembahasan diatas, peneliti menyimpulkan bahwa strategi dakwah sentimental yang diterapkan Al-Fatih HPAI kota Bengkulu sudah berjalan dengan baik dan sesuai yang diharapkan. Karena seseorang akan tergerak hatinya jika menggunakan kata-kata yang lembut. Hati itu hanya bisa disentuh oleh kebeningan kelembutan.

b. Strategi Rasional

Setelah strategi sentimental atau menyentuh hati maka selanjutnya adalah yang memokuskan dengan akal pikiran. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan Pak Nusiranto selaku *Owner* Al-Fatih HPAI kota Bengkulu bahwa dalam aktifitas bisnis jaringan di Halal *Network* HPAI, dilakukannya *Home Sharing*. Disini akan dijelaskan tentang profil HPAI (apa itu HPAI, tujuan HPAI dan cara sukses HPAI).

Berdasarkan pembahasan diatas, peneliti menyimpulkan bahwa strategi rasional ini dapat dilakukan dengan menggunakan metode dakwah yakni Mujaadalah atau berdiskusi. Mujadalah yang ada di HPAI adalah *Home Sharing*. *Home Sharing* adalah tempat dimana dilakukannya diskusi atau dialog yang bertujuan untuk mengetahui yang berhubungan dengan HPAI. mulai dari bagaimana proses dari pembuatan sampai ke pemasarannya.

Dan di HPAI ini kita itu bukan hanya bisa menjadi konsumen tetapi kita juga harus bisa menjadi pemasar yang memproduksi dan memasarkan produk-produk yang terjamin kehalalannya. Karena HPAI adalah perusahaan muslim yang ingin menjadi pemimpin pasar dunia yang memproduksi dan menyediakan produk-produk halal sesuai yang dianjurkan oleh Allah Swt. Dan juga keuntungannya nanti bukan hanya untuk perusahaan akan tetapi untuk pertumbuhan perekonomian umat.

Dengan dilakukannya diskusi maka seorang Da'i dapat mengembangkan kualitas mental dan pengetahuan agama para peserta dan dapat memperluas pandangan tentang materi dakwah yang di diskusikan. Dengan begitu para calon konsumen dapat mengembangkan pemikiran mereka dengan berargumen atau berdiskusi. Namun diskusi ini tujuannya untuk dapat menemukan jawaban dari apa yang dipertanyakan.

c. Strategi Indriawi

Strategi Indriawi (*al-manhaj al-hissi*) juga dapat dinamakan dengan strategi eksperimen atau strategi ilmiah. Strategi ini diterapkan di Al-Fatih HPAI kota Bengkulu dalam memasarkan produknya dalam menarik perhatian calon konsumen yakni dengan melakukan demo produk. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan Pak Nusiranto selaku *Owner* Al-Fatih HPAI kota Bengkulu, yang dilakukan mereka itu adalah demo produk agar para calon anggota baru yang diajak dapat mempercayai dengan apa yang ditawarkan. Contohnya dengan melakukan demo produk barunya yakni *Detergen*.

Berdasarkan pembahasan diatas, dapat disimpulkan bahwa Demo produk ini sama halnya dengan metode dakwah dengan Strategi ini diterapkan HPAI dengan menggunakan metode Al-Hikmah. Hikmah: ialah Perkataan yang tegas dan benar yang dapat membedakan antara yang hak dengan yang bathil. Yang dilakukan

HPAI adalah dengan melakukan demo produk. Demo produk ini adalah menunjukkan atau memperlihatkan secara langsung kepada calon konsumen dan disesuaikan dalam Al-Qur'an yang membahas mengenai produk-produk halal yang dianjurkan Allah Swt untuk umat Islam konsumsi dan digunakan sehari-hari.

d. Strategi *Tilawah*

Strategi *tilawah* (membacakan ayat-ayat Allah SWT) dengan strategi ini mitra dakwah diminta mendengarkan penjelasan pendakwah. Selain strategi sentimental, strategi rasional dan strategi Indriawi di Al-Fatih HPAI kota Bengkulu khususnya juga menggunakan Strategi *tilawah*. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan Pak Nusiranto selaku *Owner* Al-Fatih HPAI kota Bengkulu bahwa sebagai seorang muslim itu wajib menggunakan produk halal yang bukan hanya label halalnya saja akan tetapi mulai dari proses produksinya sampai ke pemasarannya harus sesuai dengan syariat Islam.

Seperti yang dijelaskan dalam Alquran surah al-Baqarah ayat 168 yang berarti (hai sekalian manusia! Makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan; karena sesungguhnya setan itu adalah musuh nyata bagimu).

Berdasarkan pembahasan diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi ini dapat membuat calon konsumen lebih percaya karena

anjuran mengonsumsi produk halal adalah kewajiban umat muslim dan apabila dilarang akan berdosa. Dan itu semua akan dipertanggungjawabkan diakhirat nanti. Itulah alasan HPAI muncul karena ingin menyelamatkan umat Islam dari penggunaan produk yang belum pasti kehalalannya. Yang ingin menyelamatkan perekonomian umat dan menjadi solusi tidak terjajahnya umat Islam dengan terus menggunakan produk-produk asing.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa Strategi Dakwah *Multi Level Marketing* Syariah dalam Penggunaan Produk Halal di Al-Fatih HPAI kota Bengkulu adalah sebagai berikut:

1. Strategi Sentimental dengan menyentuh hati calon konsumen. Untuk menggerakkan hati seseorang dapat dilakukan dengan metode mau'idhatul hasanah (nasehat yang baik). kata-kata yang penuh dengan kelembutan maka mitra dakwah yang diberikan penjelasan atau didakwahi akan tergerak hatinya. Rasulullah berdakwah dengan memberikan keteladanan. Karena dengan memberikan keteladanan dakwah dapat diterima oleh mitra dakwah.

Salah satunya yakni PCA (Pakai, Cerita dan Ajak) yang diterapkan HPAI untuk menarik calon konsumen atau member baru. Contoh keteladanan para Leader HPAI adalah mereka memakai terlebih dahulu produk yang akan ditawarkan kepada orang lain. Dengan begitu mitra yang ingin disentuh hatinya akan lebih mempercayai dengan apa yang ditawarkan. karena sebelum mengajak orang lain menggunakan produk terlebih dahulu penjual memakai produk itu untuk dirinya sendiri baru nanti diceritakan bagaimana hasil pemakaian produk itu, dan tentunya yang berhubungan dengan HPAI. terakhir baru diajak untuk

menggunakan karena penjual yang baik adalah pemakai terbaik. Pasti hati mereka akan tersentuh karena apa yang diucapkan memang benar-benar fakta

2. Strategi Rasional atau yang memokuskan dengan akal pikiran, strategi ini dapat dilakukan dengan menggunakan metode dakwah yakni Mujaadalah atau berdiskusi. Mujadalah yang ada di HPAI adalah *Home Sharing*. *Home Sharing* adalah tempat dimana dilakukannya diskusi atau dialog yang bertujuan untuk mengetahui yang berhubungan dengan HPAI. mulai dari bagaimana proses dari pembuatan sampai ke pemasarannya. Dan di HPAI ini kita itu bukan hanya bisa menjadi konsumen tetapi kita juga harus bisa menjadi pemasar yang memproduksi dan memasarkan produk-produk yang terjamin kehalalannya.
3. Strategi Indriawi atau strategi eksperimen atau strategi ilmiah, strategi ini dapat diterapkan dengan menggunakan metode dakwah yakni Al-Hikmah. contohnya dengan melakukan demo produk, demo produk ini tujuannya adalah untuk memperkenalkan produk dan tentunya akan dijelaskan apa saja yang ada di dalam produk tersebut tanpa ada yang ditutup-tutupi. Ditambah dengan penjelasan mengenai anjuran manusia untuk mengkonsumsi produk halal baik itu proses pembuatannya taupun proses untuk mendapatkan makanan tersebut dan semua itu sudah dijelaskan didalam Al-Qur'an dan As-Sunnah. Dengan begitu calon konsumen dapat mempercayai dan menerima dengan apa yang di

tawarkan kepada mereka bukan hanya dengan kata-kata akan tetapi dengan menunjukkan bukti yang nyata.

4. Strategi *tilawah* yakni dengan membacakan ayat-ayat tentang kewajiban mengkonsumsi produk halal yang dapat membuat calon konsumen lebih percaya dan membuat akal pikiran untuk berpikir bahwa apa yang disampaikan itu memang benar karena pertanggung jawaban atas apa yang kita makan saat ini akan dipertanggung jawabkan di akhirat kelak. Karena semua itu sudah dijelaskan di dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah bahwa setiap umat manusia itu wajib untuk memakan makanan halal karena itu dapat mempengaruhi kesehatan manusia. Dan pertanggungjawaban atas apa yang sudah dimakan itu akan dirasakan diakhirat nanti.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai terkait strategi Dakwah *Multi Level Marketing* Syariah dalam Penggunaan Produk Halal di Al-Fatih HPAI kota Bengkulu, maka penulis memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan pertimbangan dan masukan bagi pihak-pihak terkait.

1. Bagi Al-Fatih HPAI dan PT.HPAI Pusat, agar terus dapat meningkatkan Jaringan *Marketing*nya dan menjadi pemimpin Industri produk halal yang menjaga unsur-unsur Islamnya dalam pembuatannya mulai dari proses pembuatannya sampai proses perdagangannya.
2. Bagi Agen-agen HPAI lain agar selalu menjaga kepercayaan yang sudah konsumen percayakan pada kalian. Dengan tidak melakukan kecurangan-

kecurangan dan tidak melakukan *Money Game*. Dan terus mengajak para sahabat-sahabat lainnya untuk hijrah produk dengan menggunakan produk HPAI yang terjamin kehalalannya dan tentunya orang muslim yang punya.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan Terjemahan

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.1989. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta:Balai Pustaka.

Een Fryanti, Yuninda.2017. *Akutansi Lembaga Zakat dan Wakaf*. Yogyakarta:Pustaka Pelajar.

Fadjar, Abdul Mukthic.2012 *Menguji Konstitusionalitas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat*, makalah disampaikan dalam forum kuliah umum dan konsultasi public “Mengkritis UU 23/2011”, tanggal 12 April 2012. Malang Universitas Brawijaya.

Gomes, Dr.Faustino Cardoso. 2003. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.

Idrus, Muhammad.2009. *Metodologi Penelitian Ilmu Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif, Edisi Kedua*, Yogyakarta:Erlangga.

Iskandar.2008. *Metodologi Penelitian: Pendidikan dan Sosial*. Jakarta:Graha Persada Pres.

Kamus Besar Bahasa Indonesia.

Karim, Adiwarmam. dan Syarieff, A.Azhar.2018. *Fenomena Unik di Balik Menjamurnya Lembaga Amil Zakat (LAZ) di Indonesia*, (Online) www. Imz.or.id, diakses tanggal 15 Desember 2018.

Khasanah, Umratul.2010. *Manajemen Zakat Modern Instrumen Pemberdayaan Ekonomi Umat*. Malang: UIN-Malang Press.

Manulang, M. 1981. *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: Ghaila Indonesia.

Poewodarmito, WJS. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Bandung: Hasta.

Riani, Asri Laksmi. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia Masa Kini*. Yogyakarta: GRAHA ILMU.

Sudewo, Eri.2004 *Manajemen Zakat, Tinggalkan 15 Tradisi, Terapkan 4 Prinsip Dasar* Jakarta: IMZ.

Supriyadi. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: CV.ANDI OFFSET.

Susanto, AB.2005 *Manajemen Komprehensif Strategik*. Penerbit Erlangga.