BAB IV

ANALISIS KOMUNIKASI PEMASARAN ISLAM DALAM PEREKRUTAN ANGGOTA BARU DI PERUSAHAAN *MULTI LEVEL MARKETING* K-LINK

A. Mekanisme Pemasaran Islam Di Perusahaan *Multi Level Marketing* K-Link Surabaya

Menurut Hermawan Kartajaya dan muhammad Syakir Sula dalam buku Marketing Syariah, ada empat sifat Rasulullah SAW yang di harus dilakukan oleh pemasar dalam pemasaran Islam, yakni:[1]

1. Jujur *(Siddiq)*

   Para pelaku bisnis *multi level marketing* K-Link senantiasa menerapkan pemasaran Islam, salah satu perwujudannya adalah dengan kejujuran. Dalam mengkomunikasikan sebuah produk serta mengajak orang ikut serta bergabung dengan keanggotaannya kejujuran menjadi kunci utama. Contoh salah satu informan namanya bapak Ahmad Muzamil, "Saya menjual produk K-Link sesuai dengan harga pada umumnya, tidak saya kurangi dan tidak saya tambahi. Kadang-kadang kan ada yang menjual harga di bawahnya, itu kan melanggar dan merusak harga pasar. Dan Insyallah saya tidak demikian."[2]

---

[1]Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: Mizan, 2006), 64.

[2]Ahmad Muzamil (Manager). *Saya menjual produk K-Link sesuai dengan harga*. Stockist K-Link Surabaya. 16-Desember-2015

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari contoh di atas dengan kejujuran tersebut akan memberikan kepercayaan kepada calon anggota untuk tidak ragu-ragu bergabung dengan *multi level marketing* K-Link. Kejujuran dalam komunikasi pemasaran tidak hanya semata-mata membawa keuntungan pada pelaku bisnis *multi level marketing* K-Link akan tetapi juga sebagai rasa pertanggungjawaban diri kepada Tuhannya.

Menurut Djakfar, kepercayaan adalah hal yang sangat mendasar dalam bisnis. Untuk membangun kerangka kepercayaan tersebut seorang pembisnis harus mampu berbuat jujur atau adil baik terhadap dirinya maupun orang lain. Perilaku etis (jujur) sangatlah penting diterapkan sebagaimana dalam marketing syariah dikatakan jujur adalah salah satu sifat para nabi.[3] Hal ini tercemin pada firman Allah SWT berikut ini:

يُوسُفُ أَيُّهَا ٱلصِّدِّيقُ أَفْتِنَا فِى سَبْعِ بَقَرَٰتٍ سِمَانٍ يَأْكُلُهُنَّ سَبْعٌ عِجَافٌ وَسَبْعِ
سُنۢبُلَٰتٍ خُضْرٍ وَأُخَرَ يَابِسَٰتٍ لَّعَلِّىٓ أَرْجِعُ إِلَى ٱلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَعْلَمُونَ ﴿٤٦﴾

(Setelah pelayan itu berjumpa dengan Yusuf Dia berseru): "Yusuf, Hai orang yang Amat dipercaya, Terangkanlah kepada Kami tentang tujuh ekor sapi betina yang gemuk-gemuk yang dimakan oleh tujuh ekor sapi betina yang kurus-kurus dan tujuh bulir (gandum) yang hijau dan (tujuh) lainnya yang kering agar aku kembali kepada orang-orang itu, agar mereka mengetahuinya."[4]

Nabi Yusuf adalah orang yang terkenal jujur oleh karena itu beliau dipercaya oleh banyak orang-orang di sekelilingnya. Begitupula para pelaku bisnis *multi level marketing* K-Link, mereka dituntut untuk

[3]Muhammad Djafar, *Etika Bisnis Islam Tataran Teoritis dan praktis*, (Malang: Uin Malang Press, 2008), 105.
[4]Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: PT Insan Media Pustaka, 2012), 240.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menjalankan bisnis secara jujur sebagaimana menjalankan aktivitas sehari-harinya secara jujur pula. Hal ini ditegaskan oleh hadits Rasulullah SAW, yakni:

عَنْ عَبْدِ اللهِ بنِ مَسْعُوْد رَضِيَ اللهُ عَنْهُ قَالَ : قَالَ رَسُوْلُ اللهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : عَلَيْكُمْ بِالصِّدْقِ ، فَإِنَّ الصِّدْقَ يَهْدِيْ إِلَى الْبِرِّ ، وَإِنَّ الْبِرَّ يَهْدِيْ إِلَى الْجَنَّةِ ، وَمَا يَزَالُ الرَّجُلُ يَصْدُقُ وَيَتَحَرَّى الصِّدْقَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللهِ صِدِّيْقًا ، وَإِيَّاكُمْ وَالْكَذِبَ ، فَإِنَّ الْكَذِبَ يَهْدِيْ إِلَى الْفُجُوْرِ ، وَإِنَّ الْفُجُوْرَ يَهْدِيْ إِلَى النَّارِ ، وَمَا يَزَالُ الرَّجُلُ يَكْذِبُ وَيَتَحَرَّى الْكَذِبَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللهِ كَذَّابًا

Hendaklah kalian jujur dan (benar) kejujuran mengantarkan kepada kebaikan. Dan kebaikan akan mengantarkan kedalam surga. Seseorang yang selalu berusaha untuk jujur akan dicatat oleh Allah SWT sebagi orang yang jujur dan jauhilah oleh kamu sekalian dusta (kidzib). Karena dusta itu akan mengantarkan kedalam neraka. Seseorang yang selalu berdusta akan dicatat oleh Allah sebagai pendusta.(HR Al Bukhori)[5]

Sungguh hal yang luar biasa jika MLM K-Link bisa menjalankan bisnis dengan sifat *Siddiq* dan mempengaruhi lingkungan dengan sifat *Siddiq*, tidak ada kebohongan dalam memasarkan produk dan prospek.

2. Tanggungjawab, Terpecaya *(Amanah)*

Berbicara tanggungjawab dalam komunikasi pemasaran, hal ini sangat erat kaitannya dengan kejujuran karena dengan jujur seorang pelaku bisnis *multi level marketing* K-Link akan mampu mempertanggungjawabkan semuanya baik kepada *upline*, pimpinan perusahaan atau dihadapan Allah SWT

[5]Diriwayatkan oleh Ahmad (I/384); al-Bukhâri (no. 6094) dan dalam kitab al-Adabul Mufrad (no. 386); Muslim (no. 2607 (105)); Abu Dawud (no. 4989); At-Tirmidzi (no. 1971); Ibnu Abi Syaibah dalam al-Mushannaf (VIII/424-425, no. 25991); Ibnu Hibban (no. 272-273-at-Ta'lîqâtul Hisân); Al-Baihaqi (X/196); Al-Baghawi (no. 3574); At-Tirmidzi berkata, "Hadits ini hasan shahih."

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Salah satu contoh nilai *amanah* (tanggungjawab dan terpecaya) K-Link adalah dari cara promosinya yakni dalam artikel Tribun Bisnis edisi Senin, 31 Maret 2014 presdir K-Link *multi level marketing* Dato' Radzi Saleh menyatakan ia tidak pernah menjanjikan bisnis *MLM* akan memberikan keuntungan yang besar secara tiba-tiba. Ia selalu menyampaikan apa yang diperoleh K-Link bisa untuk membangun karir dan bisa memenuhi biaya hidup.[6]

Dalam K-Link istilah mengajak orang untuk bergabung bukan merekrut tetapi *sponsoring,* karena merekrut itu cuma mengajak saja, sedangkan di K-Link kita tidak hanya mengajak tetapi juga membimbing.[7]

Di K-Link selain mengajak bergabung dengan anggota jaringannya, seorang *upline* juga memiliki tanggunjawab untuk membimbing *downlinenya* agar bisa berkembang.

3. Komunikatif *(Tabligh)*

Komunikatif dalam komunikasi pemasaran adalah seorang pelaku bisnis *multi level marketing* K-Link harus mampu menyampaikan dengan benar dengan tutur kata yang tepat sehingga yang diprospek mampu mencerna dengan baik presentasi konsep kesehatan K-Link dan keuntungan bergabung dengan K-Link. Karena hal itu juga akan dipertanggungjawabkan pada Allah. Dunia bisnis harus terhindar dari perbuatan curang dan bohong karena sifat komunikatif yang baik dan

[6]Eko Sutriyanto, "Presdir K-Link: Tidak Pernah Janjikan Keuntungan Besar", *Tribun Bisnis,* (31 Maret 2014), 1.
[7]Ahmad muzamil, *Di K-Link istilah mengajak,* stockist K-Link Surabaya, 16-Desember-2015

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tepat merupak *key succes faktors* dalam mengelola bisnis dan semua akan diminta pertanggungjawaban oleh Allah SWT.

Seorang pemasar harus memiliki gagasan-gagasan segar, juga harus mampu mengkomunikasikan gagasan-gagasannya secara tepat dan mudah difahami oleh siapapun yang mendengarnya. Dalam Al-Qur'an disebut dengan *bil Al-Hikmah*. Allah berfirman:

ٱدۡعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِٱلۡحِكۡمَةِ وَٱلۡمَوۡعِظَةِ ٱلۡحَسَنَةِۖ وَجَٰدِلۡهُم بِٱلَّتِي هِيَ أَحۡسَنُۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعۡلَمُ بِمَن ضَلَّ عَن سَبِيلِهِۦۖ وَهُوَ أَعۡلَمُ بِٱلۡمُهۡتَدِينَ ١٢٥

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.(QS An-Nahl: 125)[8]

4. Cerdas *(Fathonah)*

Unsur kecerdasan dalam komunikasi pemasaran adalah kredibel, motivasi kerja yang tinggi yang akhirnya dapat menganalisasituasi persaingan sehingga dapat menyajikan keinginan konsumen terhadap sebuah produk. Kecerdasan disini terkait juga dengankecerdasan spritual, dimana kita setiap kemampuan untuk memberi makna ibadah pada setiap perilaku dan kegiatan. [9]

Salah satu contohbagaimana para pelaku bisnis *multi level marketing* K-Link mempunyai inovasi–inovasi baru dalam mengkomunikasikan produknya tanpa harus berbohong dengan mendemokan khasiat-khasiat

[8]Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*...,281.
[9]Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*...,169.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dari produknya yang sudah terbukti seperti pada produk K-Liquid Chlorophyll. Pada acara BOP produk K-Liquid Chlorophill didemokan dengan perbedaan sebelum dan sesudah meminum K-Liquid Chlorophill dengan percobaan 4 orang laki-laki mengangkat orang yang beratnya diatas 80 kg. Dan terbukti setelah meminum produk K-Liquid Chlorophyll beban 80 kg jadi lebih terasa ringan diangkatnya.

B. Analisis Komunikasi Pemasaran Pada Perekrutan Anggota Baru Di Perusahaan *Multi Level Marketing* K-Link Surabaya Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam

Menurut Qardhawi dalam buku Djakfar mengatakan ekonomi (bisnis) dan akhlak (etika) tidak pernah terpisah sama sekali. Seperti halnya ilmu dan akhlak adalah daging dan urat nadi kehidupan Islam.[10]

Ada delapan etika (akhlak) pemasar, yang akan menjadi prinsip-prinsipbagi syariah marketer dalam menjalankan fungsi-fungsipemasaran, yaitu:[11]

1. Memiliki kepribadian spiritual *(takwa)*

   Dalam praktik komunikasi pemasaran pada perekrutan anggota baru di perusahaaan *multi level marketing* K-link Surabaya di acara BOP selalu dibuka dengan berdo'a memohon kepada sang pencipta untuk senantiasa di permuda jalannya dan di berikan rizeki yang halal.

[10]Muhammad Djafar, *Etika Bisnis Islam Tataran Teoritis dan*..), 86.
[11]Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*..., 67.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Berperilaku baik dan simpatik

   Para pelaku bisni *multi level marketing* K-Link Surabaya sangat ramah-ramah, suka berkenalan dengan orang baru dan mudah berbaur dengan orang lain.

3. Berperilaku adil dalam bisnis *(al-'adl)*

   Dalam memprospek orang, para member tidak pernah pilih-pilih target atau melihat target dari latar belakangnya, karena mereka beranggapan setiap orang itu berpotensi.

4. Bersikap melayani dan rendah hati *(khidmah)*

   Sering kali ditemui calon prospek yang sedikit menjengkelkan, bahkan kadang mengolok-olok *multi level marketing* K-link. Mereka dengan sabar melayani dan dengan sabar memaperkan perbedaan *multi level marketing* yang syariah dan konvensional.

5. Menepati janji dan tidak curang

   Pada saat ada janji dengan calon prospek atau ada pertemuan seperti BOP yang diadakan setiap Selasa malam, mereka selalu berusaha datang tepat waktu kecuali jika ada kendala.

6. Jujur dan terpercaya *(al-amanah)*

   Para member *multi level marketing* K-Link selalu berusaha jujur dalam menyampaikan produk dan segala macam yang berhubungan dengan K-Link. Karena mereka beranggapan jika tidak jujur dia tidak akan bisa mendapatkan kepercayaan dari calon prospeknya, dan itu bisa merugikan dirinya sendiri.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

7. Tidak suka berburuk sangka *(su'uddan)*

Dalam merekrut anggota baru, para pelaku *multi level marketing* K-Link selalu berusaha ber*husnudzon*terhadap calon prospek yang akan di prospeknya. Meskipun terkadang di akhir sering kali mendapatkan penolakan dari orang yang diprospek.

8. Tidak suka menjelek-jelekkan *(gibah)*.

Dalam memaparkan produknya kerap kali di jumpai member K-Link menjelek-jelekkan *multi level marketing* lain.

Menurut Hermawan Kartajaya dan muhammad Syakir Sula dalam buku Marketing Syariah, ada empat karakteristik yang terdapat pada pemasaran Islam, yakni:[12]

1. Ketuhanan *(Rabbaniyyah)*

Salah satu ciri khas pemasaran syariah adalah sifatnya yang religius. Jiwa seorang syariah marketer meyakini bahwa hukum-hukum syari'at yang bersifat ketuhanan merupakan hukum yang paling adil, sehingga akan mematuhinya dalam setiap aktivitas pemasaran yang dilakukan.[13]

Di *multi leevel marketing* K-Link semua systemnya diolah dengan system syariah yang bersifat universal. Modal utama seorang pemasar adalah mengetahui bahwasanya nilai taqwa mampu mengantarkan seseorang kedalam keberkahan hidup dalam segala aktivitas yang dilakukan. Hal ini dibuktikan dari Ada salah satu informan yakni Bapak Bisri Mustofa, beliau adalah seorang ustadz, ketika saya tanya bapak

[12]Ibid..,64.
[13]Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

adalah ustadz, apa yang membuat bapak tertarik ikut *multi level marketing* K-Link, beliau menjawab : "Menjadi ustadz itu ibadah, dan berwirausaha itu juga ibadah, jadi saya jalankan keduanya. Semuanya kembali kepada niat mbk, niat saya adalah memberi manfaat dari produk yang saya jual, dan juga menolong sesama".[14]

Pernyataan bapak Bisri Mustofa tersebut adalah salah satu bukti kalau MLM K-Link ini sudah menerapkan nilai ketuhanan. Seorang syariah marketer harus selalu yakin bahwa rizki itu datangnya dari Allah SWT. Dan semua itu tergantung pada niatnya.

2. Etis *(akhlaqiyyah)*

Pemasaran syariah adalah konsep pemasaran yang sangat mengedepankan nilai-nilai moral dan etika tanpa peduli dari agama apapun, karena hal ini bersifat universal.[15]

Seorang pelaku *multi level marketing* K-Link harus memiliki etika yang baik atau sikap yang baik, karena tidak menutup kemungkinan saat berusaha memasarkan produk akan mendapatkan banyak penolakan dari calon-calon prospek. Dan itu semua harus di sikapi dengan baik. Jika seorang pelaku *multi level marketing* K-Link tidak memiliki etika/akhlaq yang baik, dia akan kesusahan baik dalam penjualan produk atau mengajak orang lain bergabung dengan jaringannya.

Dan perusahaan akan memberikan sanksi-sanksi kepada distributor yang tidak mematuhi atau terbukti melanggar ketentuan yang terdapat

[14]Bisri Mustofa, *Menjadi ustadz itu ibadah*, stockist K-Link Surabaya, 12-Desember-2015.
[15]Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*...,68.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalam kode etik distributor.yang terlampir di dalam starter kit K-Link Internasional tentang kode etik dan peraturan. Yakni:

a) Pemberian surat teguran
b) Pembekuan keanggotaan sementara serta penundaan pemberian bonus, hak-hak dan atau keuntungan-keuntungan lainnya.
c) Pencabutan keanggotaan.

3. Realistis *(al-waqi'iyyah)*

Pemasaran syariah bukanlah konsep yang eksklusif, fanatis, anti modernitas, dan kaku, melainkan konsep pemasaran yang fleksibel . Syariah marketer bukanlah berarti para pemasar itu harus berpenampilan ala bangsa Arab dan mengharamkan dasi. Namun syariah marketer haruslah tetap berpenampilan bersih, rapi, dan bersahaja apapun model atau gaya berpakaian yang dikenakan.[16]

K-Link Surabaya sudah realistis hal ini dibuktikan dengan beberapa *picture* di lampiran. Para pelaku K-Link sangat menjaga penampilannya apalagi ketika akan memprospek orang baru.

4. Humanistis *(insaniyyah)*

Pengertian humanistis adalah bahwa syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiaannya terjaga dan terpelihara, serta sifat-sifat kehewanannya dapat terkekang dengan panduan syariah. Syariah Islam adalah syariah humanistis, diciptakan untuk manusia sesuai dengan kapasitasnya tanpa memperdulikan ras,

[16]Ibid..., 70.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

warna kulit, kebangsaan, dan status. Sehingga pemasaran syariah bersifat universal.[17]

Para pelaku K-Link adalah orang-orang yang berasal dari basic yang berbeda-beda, ada yang sebelumnya adalah tukang parkir, ustadz, guru, pegawai swasta, dokter dan masih banyak lagi. Dalam melakukan prospekpun mereka tidak pilih-pilih. Seperti yang dipaparkan oleh bapak Miftakul Mafruhin:"Bisnis k-Link ini bukan bisnis Matematika, dalam artian orang ini berpotensial karena ekonominya kecukupan atau orang ini berpotensial karena pandai berbicara. Jadi kita harus mencobanya pada setiap orang."[18]

[17]Ibid..., 74.
[18]Miftakul Mafrukhin (Ruby Manager), *Bisnis k-Link ini bukan bisnis Matematika*, Stockist K-Link Surabaya, 14- Desember-2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id