

**KONSEP *VIRAL MARKETING* DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Islam  
pada Program Studi Ekonomi Perbankan Islam Jurusan Syariah  
STAIN CIREBON



Disusun oleh:

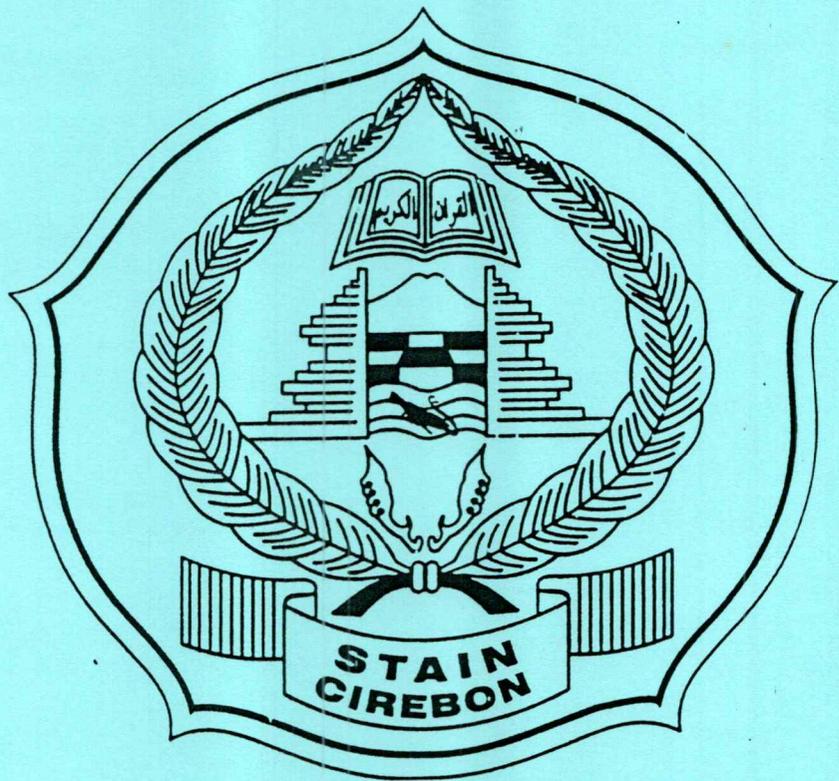
**NURHAYATI**

**NIM : 50330268**

**SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN)**

**CIREBON**

**2009**



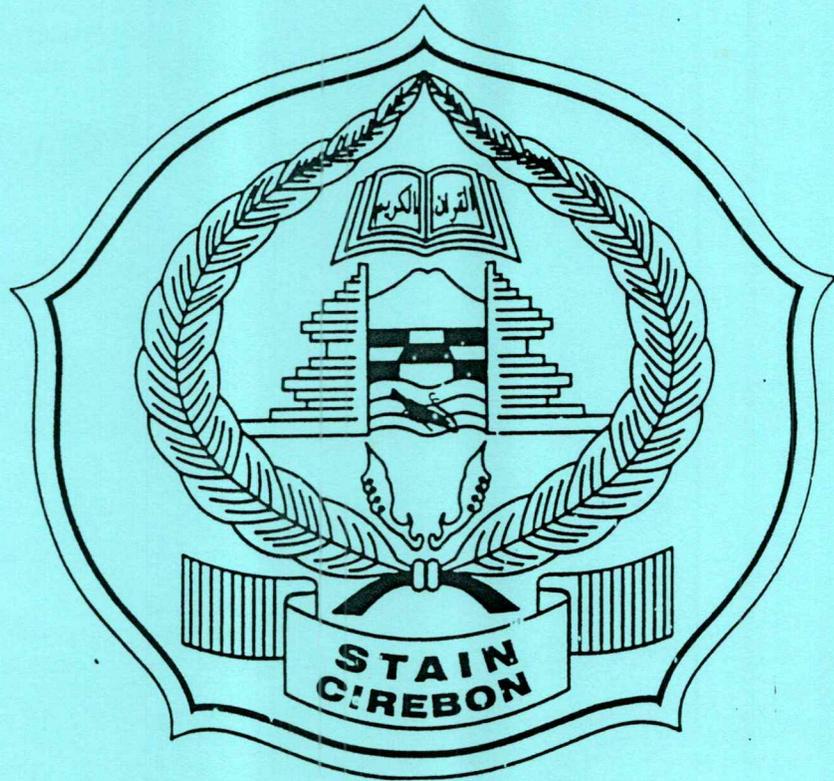
## IKHTISAR

### Nurhayati: Konsep *Viral Marketing* dalam Perspektif Hukum Islam

Penelitian ini dilakukan atas dasar lahirnya sebuah konsep baru berinvestasi dan berwiraswasta yang disebut *viral marketing*. Dengan konsep dasar yang telah lama muncul dan berkembang dewasa ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan konsep *viral marketing* dan mengetahui pandangan hukum islam terhadap konsep *viral marketing* yang berkaitan dengan proses jual beli, model kerjasama dan bentuk investasinya.

Penelitian ini menggunakan library research (studi pustaka) yaitu dengan mempelajari, meneliti dan mengkaji bahan-bahan pustaka yang relevan sehingga dapat ditemukan rasionalisasi yang dapat menjawab permasalahan yang sedang dikaji. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan yuridis (normatif) yaitu pendekatan penelitian dengan melihat dan memahami permasalahan dengan menitik beratkan pada aspek hukumnya, yaitu hukum Islam. Kemudian pendekatan ini dilanjutkan dengan tahapan evaluatif. Tahapan evaluatif adalah suatu pendekatan yang menggunakan analisis isi (content analisis), berusaha menemukan teori dan aplikasi serta dengan analisis praduga antara konsep *viral marketing* dengan hukum islam. Sesuai dengan pendekatan yang digunakan, dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik dokumentasi. Yaitu, mengkaji dari buku-buku (literatur) yang relevan dan mendukung terhadap persoalan yang diteliti dan mengemukakan beberapa pendapat tokoh-tokoh ekonomi. Analisis data yang digunakan ada tiga tahapan yaitu : data *display*, *conclusion drawin*, dan data *reduction*. Yakni, dengan mengumpulkan data teori yang relevan dengan masalah konsep *viral marketing*, kemudian mengaplikasikan untuk diuraikan kembali secara sistematis, kemudian langkah terakhir adalah mencari kesimpulan atas pembahasan dengan menggunakan teknik analisis isi (content analisis).

Penelitian ini berpijak pada konsepnya, bukan pada produk yang dikembangkan dalam bisnis *viral marketing* secara umum. Dapat disimpulkan bahwa, walaupun produk yang diperjual-belikan adalah halal, tetapi akad yang terjadi dalam konsep *viral marketing* telah melanggar ketentuan *syara'*, baik dari sisi *shafqatayn fi shafqah* (pamakelaran atas pamakelaran), maka hukumnya haram. Pada kondisi lain tidak memenuhi ketentuan akad. Karena akad terhadap jaminan mendapat keuntungan dari pembelian yang memenuhi syarat terdapat dalam konsep *viral marketing*, sehingga bentuk kerjasama dan investasinya juga dilarang menurut hukum islam. Solusinya adalah sebagai seorang muslim yang selalu mengikuti perkembangan hukum muamalah dan hukum *fiqh*, bagaimana caranya dapat menemukan konsep baru dalam berinvestasi atau berbisnis dengan mengambil dari kelebihan-kelebihan yang ditawarkan dalam konsep *viral marketing*. Selain itu juga, memadukan unsur-unsur yang ada dalam konsep tersebut yang tidak sesuai dengan hukum islam.



**PERSETUJUAN**

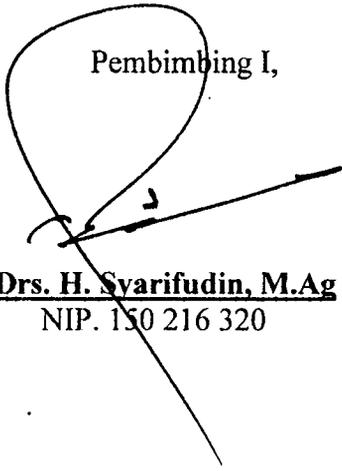
**KONSEP *VIRAL MARKETING* DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM**

Disusun Oleh :

**NURHAYATI**  
**NIM : 50330268**

Menyetujui,

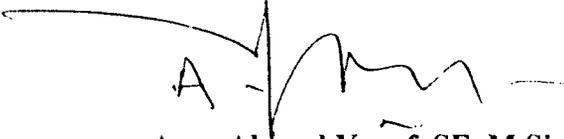
Pembimbing I,

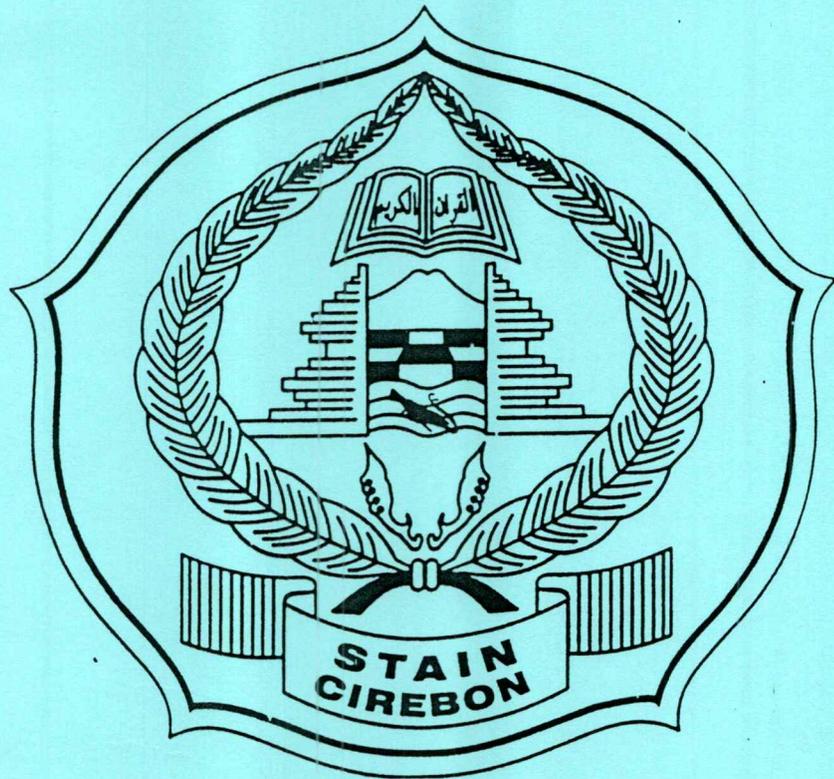
  
**Drs. H. Syarifudin, M.Ag**  
NIP. 150 216 320

Pembimbing II,

  
**Dr. Achmad Kholiq, M.Ag**  
NIP. 150 258 797

Mengetahui,  
Ketua Program Study Ekonomi Perbankan Islam (EPI)

  
**Ayus Ahmad Yusuf, SE, M.Si**  
NIP. 150 300 935



## PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "**KONSEP VIRAL MARKETING DALAM PERSPEKTIF HUKUM**" oleh **NURHAYATI**, nomor induk **50330268** telah diajukan dalam Sidang Munaqosah STAIN Cirebon pada tanggal 26 Oktober 2009.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Islam (SEI) Jurusan Syariah Program Studi Ekonomi Perbankan Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Cirebon.

Cirebon, Nopember 2009

## SIDANG MUNAQOSAH

Ketua,  
Merangkap Anggota



**Drs. Wasman, M.Ag**  
NIP. 19590107 199201 1 001

Sekretaris,  
Merangkap Anggota

**Toto Suharto, SE. M.Si**  
NIP. 19681123 200003 1 001

Anggota

Penguji I

**Toto Suharto, SE. M.Si**  
NIP. 19681123 200003 1 001

Penguji II

**Ayus Ahmad Yusuf, SE. M.Si**  
NIP. 19710801 200003 1 002

NOTA DINAS

Kepada Yth.  
**Ketua Jurusan Syariah**  
**STAIN Cirebon**  
di  
Cirebon

*Assalmu'alaikum Wr. Wb.*

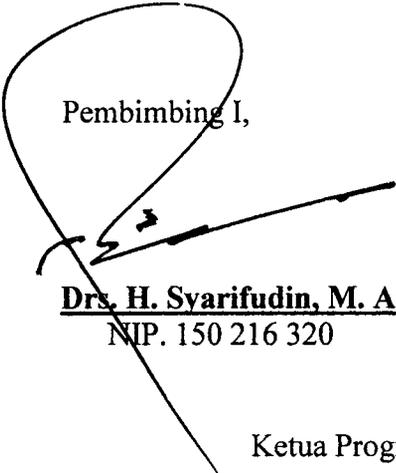
Setelah melakukan pembimbingan, telaahan, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari **NURHAYATI, NIM : 50330268, Berjudul " Konsep *Viral Marketing* Dalam perspektif hukum islam. "** saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan pada Jurusan Syariah STAIN Cirebon untuk dimunakosahkan.

*Wasslaamu'alaikum Wr .Wb.*

Cirebon, September 2008

Pembimbing I,

Pembimbing II

  
**Drs. H. Syarifudin, M. Ag**  
NIP. 150 216 320

  
**Dr. Achmad Kholiq, M. Ag**  
NIP. 150 258 797

Mengetahui,  
Ketua Program Study Ekonomi Perbankan Islam (EPI)

  
**Ayus Ahmad Yusuf, SE, M.Si**  
NIP. 150 300 935

## PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

***Bismillahirrahmanirrahim.***

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Konsep Viral Marketing dalam Perpspektif Hukum Islam**”, ini beserta isinya adalah benar- benar hasil karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko / sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Cirebon, September 2008  
Yang Membuat Pernyataan,



**NURHAYATI**  
**NIM. 50330268**

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, kehadiran Ilahi Rabbi, Allah SWT hanya Engkaulah yang menjadi penolongku.

Tak ada kata yang ku ucapkan selain kata terima kasihku kepada Ayahanda S. BUDHIYANTO dan Ibunda tercinta YAYAH KOMARIAH, yang tak henti-hentinya memberikan kasih sayang, atas segala do'a, kesabaran, nasehat, atas semua dorongan moral, spiritual, finansial, serta motivasi yang senantiasa selalu membimbingku ke jalan yang menuju kebaikan.

Terima kasih atas segala cinta dan kasih sayang serta motivasi yang tak henti-hentinya dari kakak-kakak ku tercinta BUDIHARYANTO, ST. terima kasih atas semangat, do'a, motivasi dan yang tak pernah lelah mengingatkanku untuk tetap semangat, dan terima kasih sudah menjadi kakak yang baik. SRI HARYANTI terima kasih atas do'anya. Dan adikku NURDIANSYAH, jangan menjadi adik yang manja terus lebih dewasa ya.

Terima kasih atas bantuan, perhatian dan motivasinya Teh Lia, (semoga tetap menjadi kakak ipar yang baik).

Cah Bagus (AGUNG SUCIPTO), makasih ya atas semua bantuannya, kau adalah sahabat terbaikku. SLAMET PUJIANA, makasih atas semuanya.

Terima kasih untuk lovely-koe (ARIS BUDIRAHARJO, ST), dirimu memberikan warna untuk kehidupanku. Terima kasih untuk cinta, perhatian dan rasa sayang yang tulus darimu.

Dan teman-temanku EPI-2, ASTRI, SENTI, semoga kita tetap menjadi sahabat yang tetap kompak. Terima kasih EPI-2, hari-hari bahagia bersama kalian tak akan pernah ku lupakan.

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Nurhayati  
Tempat/tanggal lahir : Cirebon, 14 Mei 1984  
Jenis kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Anak yang ke : 3 (tiga) dari 4 (empat) bersaudara  
Alamat : Desa Ciawi Japura No 75  
Rt 20 Rw 05  
Kecamatan Susukanlebak  
Kabupaten Cirebon.

Nama orang tua

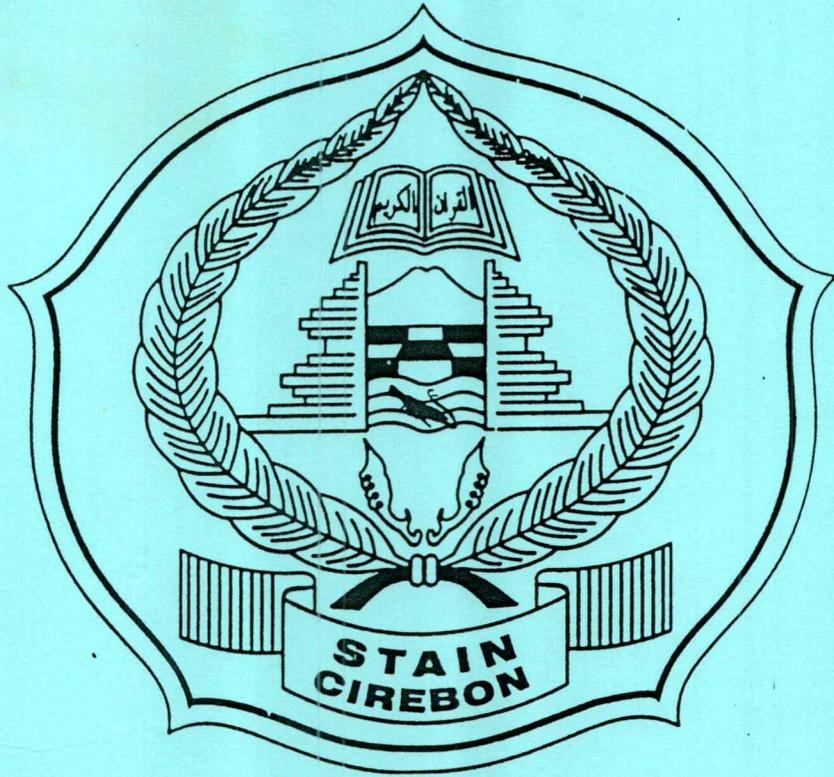
- a. : S. Budhiyanto
- b. : Yayah Komariyah

Riwayat Pendidikan

- a. Tahun 1989-1990 lulus dari Sekolah Taman Kanak-Kanak (TK) Al-Hidayah Ciawi Japura-Cirebon
- b. Tahun 1999-1997 lulus dari Sekolah SD Negeri Ciawi Japura II-Cirebon
- c. Tahun 1997-2000 lulus dari Sekolah SLTP Negeri 2 Lemahabang-Cirebon
- d. Tahun 2000-2003 lulus dari Sekolah SMU Muhammadiyah Lemah Abang-Cirebon
- e. Tahun 2003 diterima menjadi mahasiswa jurusan Syariah Program Studi Ekonomi Perbankan Islam (EPI) Cirebon dan menyelesaikan program sarjana strata satu (S-1) tahun akademik 2007/2008

Cirebon, September 2008  
Penulis,

NURHAYATI  
NIM: 50330268



## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Dengan mengucapkan alhamdulillah dan syukur kehadiran Allah SWT. Atas segala limpahan rahmat dan hidayahNya. Serra dengan senantiasa mengucapkan shalawat kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: "**Konsep Viral Marketing Dalam Perspektif Hukum Islam**", sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi Perbankan Islam STAIN Cirebon.

Dengan segala kerendahan hati, penulis haturkan terima kasih kepada semua pihak atas segala bantuan, bimbingan dan dorongan yang di berikan.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada :

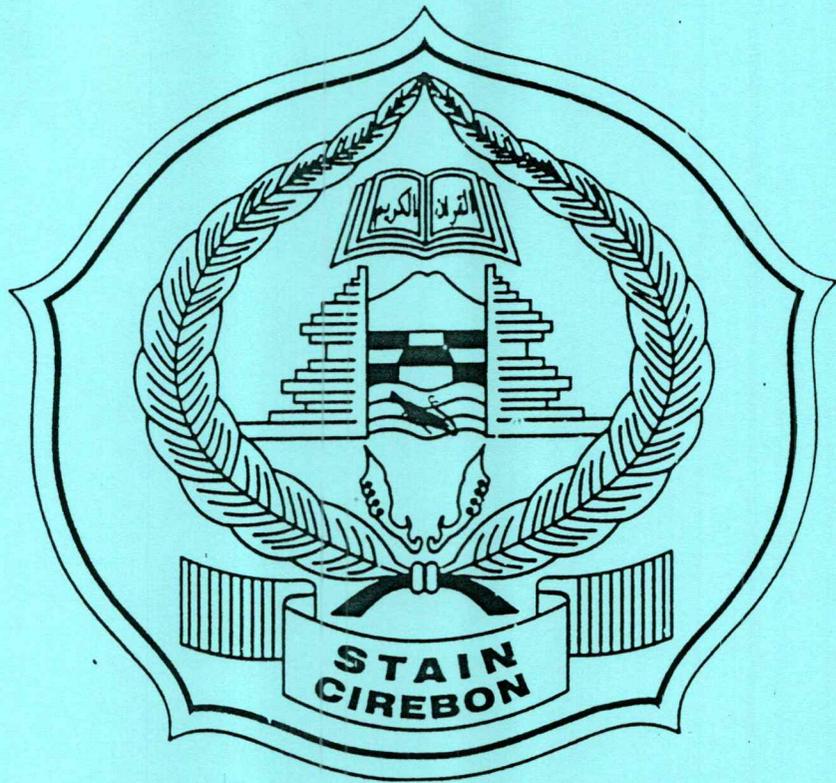
1. Bapak Drs. H. Syafrudin, M.Ag selaku pembimbing I
2. Bapak Dr. Achmad Kholik, M.Ag selaku pembimbing II
3. Bapak Ayus Ahmad Yusuf, M.Si selaku Ketua Program Studi Ekonomi Perbankan Islam
4. Bapak Drs. Wasman, MA selaku ketua jurusan syariah STAIN Cirebon
5. Bapak Prof. Dr. H. M. Imron Abdullah, M.Ag selaku ketua STAIN Cirebon.
6. Seluruh staf dosen dan staf karyawan kampus STAIN Cirebon
7. Teman-teman di jurusan syariah program studi ekonomi perbankan Islam (EPI) angkatan 2003 Stain Cirebon.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan sari persatu, semoga aural baiknya dapat di balas oleh Allah SWT. Amin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang konstruktif demi perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita ssemua. Amin.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Cirebon, September 2008

Penulis



## DAFTAR ISI

|   |    |
|---|----|
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....   | i  |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....   | ii |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....   | v  |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....  | vi |
| <b>IKHTISAR</b>   |    |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....  | 1  |
| A. Latar Belakang Masalah .....   | 3  |
| B. Perumusan Masalah .....  | 4  |
| C. Tujuan Penelitian .....  | 5  |
| D. Kerangka Pemikiran .....   | 6  |
| E. Metodologi Penelitian .....  | 7  |
| F. Langkah-langkah Penelitian .....                                     | 8  |
| G. Sistematika Pembahasan .....   | 9  |
| <b>BAB II TEORI <i>MARKETING</i> DALAM PERSPEKTIF SYARIAH</b> .....     | 11 |
| A. Pendahuluan .....  | 11 |
| B. Teori <i>Marketing</i> .....   | 11 |
| C. Perkembangan Konsep dan Teori <i>Marketing</i> .....                 | 12 |
| D. Praktek-Praktek <i>Marketing</i> .....                               | 15 |
| E. Perbedaan Marketing Konvensional dengan Konsep Viral Marketing ..... | 17 |
| F. Konsep Viral Marketing dalam Prespektif Syariah .....                | 18 |
| <b>BAB III KONSEP <i>VIRAL MARKETING</i></b> .....                      | 20 |
| A. Sejarah dan Perkembangan Konsep <i>Viral Marketing</i> .....         | 20 |
| B. Pengertian Konsep <i>Viral Marketing</i> .....                       | 21 |
| C. Email dan Konsep <i>Viral Marketing</i> .....                        | 22 |
| D. Konsep <i>Viral Marketing</i> dan Email <i>Marketing</i> .....       | 23 |
| E. Tipe-Tipe dan Konsep <i>Viral Marketing</i> .....                    | 23 |
| F. Beberapa Kelebihan Utama <i>Viral Marketing</i> .....                | 24 |

|  |    |
|--|----|
| G. Cara Kerja Konsep <i>Viral Marketing</i> .....  | 25 |
| H. Transaksi dalam Konsep <i>Viral Marketing</i> .....   | 30 |
| I. Produk atau Jasa yang Ditawarkan dalam Konsep <i>Viral Marketing</i> .....                        | 32 |
| J. Persamaan dan Perbedaan antara Konsep <i>Viral Marketing</i> dan MLM (Multi Level Marketing)..... | 32 |
| K. Teori dan Praktek Muamalah dalam Hukum Islam .....  | 34 |
| <b>BAB IV KONSEP <i>VIRAL MARKETING</i> DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM</b> .....                       | 57 |
| A. Pendahuluan .....   | 57 |
| B. Pengertian <i>Viral Marketing</i> .....   | 58 |
| C. Prinsip-Prinsip Dasar dan Kelebihan Konsep <i>Viral Marketing</i> ...                             | 59 |
| D. Sistem Operasional Konsep <i>Viral Marketing</i> .....  | 60 |
| E. Konsep <i>Viral Marketing</i> Menurut Hukum Islam.....  | 64 |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....  | 86 |
| A. Kesimpulan .....  | 86 |
| B. Saran.....  | 87 |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....  | 88 |

## DAFTAR TABEL

| Tabel  | Halaman |
|--|---------|
| 1. Perhitungan Bonus dalam <i>Viral Marketing</i> .....  | 29      |
| 2. Analisis Proses Jual Beli dalam Konsep <i>Viral Marketing</i> Menurut Hukum Islam.....                  | 65      |
| 3. Analisis Kerjasama dalam Konsep <i>Viral Marketing</i> Menurut Hukum Islam.....                         | 71      |
| 4. Analisis dalam Konsep <i>Viral Marketing</i> Menurut Hukum Islam.....                                   | 73      |
| 5. Analisis Proses Jual Beli yang Diharamkan Menurut Hukum Islam dalam Konsep <i>Viral Marketing</i> ..... | 77      |
| 6. Analisis Keuntungan dalam Konsep <i>Viral Marketing</i> Menurut Hukum Islam.....                        | 79      |

## DAFTAR GAMBAR

| Gambar                                       | Halaman |
|--|---------|
| 1. Teknik Analisis Data.....                 | 8       |
| 2. Contoh Skema <i>Viral Marketing</i> ..... | 27      |