

**STRATEGI PEMASARAN  
PT. AHAD-NET INTERNASIONAL MITRASALUR JBR 55  
(DALAM PERSPEKTIF FIQIH MUAMALAH)**

**Skripsi**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat  
untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi Islam  
pada Program Studi Ekonomi Perbankan Islam, Jurusan Syariah  
STAIN Cirebon



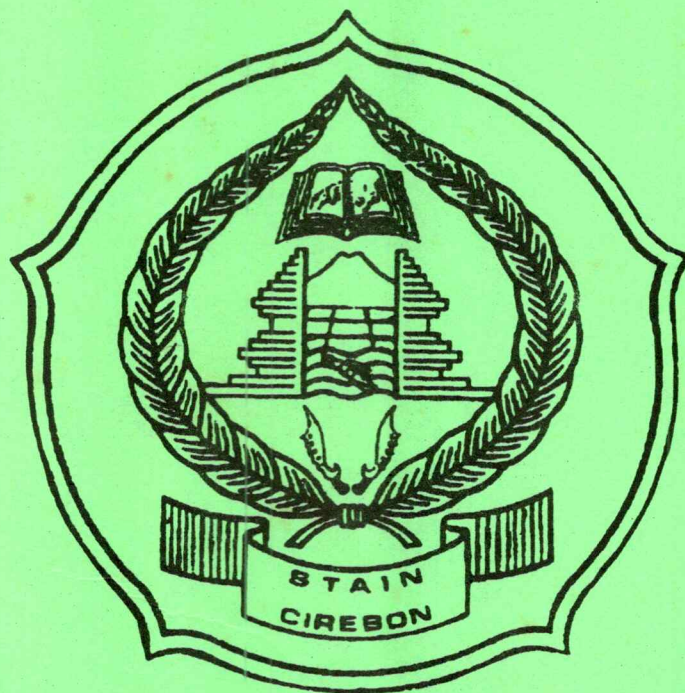
Oleh:

**IDA FARIDA**

**NIM : 9930144**

**DEPARTEMEN AGAMA RI  
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI  
CIREBON**

**2003**



## IKHTISAR

**Ida Farida.** *Strategi Pemasaran PT.Ahad-Net Internasional Mitrasalur JBR 55 (Dalam Perspektif Fiqih Muamalah).*

Fiqih muamalah merupakan dasar pijakan manusia dalam melakukan aktivitas ekonomi. Salah satu aktivitas ekonomi yang sesuai dengan Syari'ah Islam adalah *Multi Level Marketing* Syari'ah (digagas oleh PT.Ahad-Net Internasional). Dalam menjalankan aktivitasnya, PT.Ahad-Net Internasional mengangkat Mitrasalur yang dimaksudkan sebagai fungsi penyimpanan dan penyaluran produk perusahaan. Adapun dalam menjalankan usahanya, Mitrasalur tidak terlepas dari tujuan yang ingin dicapai yang dimaksudkan untuk mempertahankan keberlangsungan usahanya, dalam hal ini mitrasalur menetapkan strategi pemasaran. Strategi pemasaran yang ditetapkan dirasakan belum merujuk kepada prinsip-prinsip muamalah Islamiyah. Karena keberadaannya oleh sebagian besar umat Islam di Cirebon belum dirasakan manfaatnya.

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data strategi pemasaran PT.Ahad-Net Internasional Mitrasalur JBR 55, faktor pendukung dan faktor penghambat strategi pemasaran PT.Ahad-Net Internasional Mitrasalur JBR 55, dan pandangan fiqih muamalah terhadap strategi pemasaran PT.Ahad-Net Internasional Mitrasalur JBR 55.

Penelitian ini bertolak dari pemikiran bahwa sejalan dengan kaidah ushul "*al-ashlu fi al-af'al at-taqayyud bi-hukmi al-syar'I*" yaitu hukum asal suatu perbuatan adalah terikat dengan hukum syara', maka pelaksanaan bisnis harus tetap berpegang kepada ketentuan Syari'ah. Bisnis dengan kendala Syari'ah bertujuan untuk mencapai empat hal utama, yaitu: target hasil (profit materi dan benefit non materi). Pertumbuhan, keberlangsungan, dan keberkahan (keridhaan Allah Swt.), sehingga strategi yang diterapkan harus sesuai dengan implementasi Syari'ah.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif, dengan tehnik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, dokumentasi, dan observasi.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran PT.Ahad-Net Internasional Mitrasalur JBR 55 adalah dengan tidak untuk mencapai tujuan perusahaan dengan cara mengutamakan pelayanan yang memuaskan kepada para konsumennya melalui pelatihan kepada para karyawannya dan mitranya dengan tidak melupakan nilai-nilai agama. Adapun faktor pendukung adalah adanya kesadaran sebagian masyarakat Islam di Cirebon akan keberadaan MLM Syari'ah sehingga bergabung (hijrah produk), letak tempat pemasaran yang strategi dan tempatnya yang mendukung. Sedangkan faktor penghambat adalah adanya pemahaman sebagian kalangan masyarakat bahwa keberadaan PT.Ahad-Net Internasional Mitrasalur JBR 55 masih menyadopsi unsur konvensional, harga yang relatif mahal bagi sebagian besar masyarakat Cirebon yang umumnya menengah kebawah, keterbatasan mensosialisasikan MLM Syari'ah dan keterbatasan sumber daya insani, sehingga mempengaruhi manajemennya, serta faktor modal yang terbatas. Fiqih muamalah memandang strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT.Ahad-Net Internasional Mitrasalur JBR 55 sesuai dengan Syari'ah Islam, karena tidak melakukan hal-hal yang bertentangan dengan agama Islam.

**STRATEGI PEMASARAN  
PT. AHAD-NET INTERNASIONAL MITRASALUR JBR 55  
(DALAM PERSPEKTIF FIQH MUAMALAH )**

**Oleh:**

**IDA FARIDA**

**NIM : 9930144**

**DEPARTEMEN AGAMA RI  
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI  
CIREBON**

**2003**

PERSETUJUAN

**STRATEGI PEMASARAN**  
**PT. AHAD-NET INTERNASIONAL MITRASALUR JBR 55**  
**(DALAM PERSPEKTIF FIQIH MUAMALAH)**

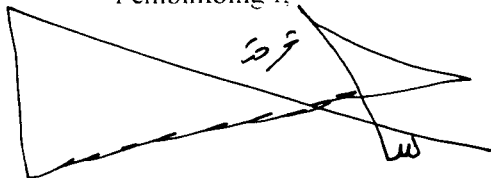
Oleh :

**IDA FARIDA**

Nomor Induk 9930144

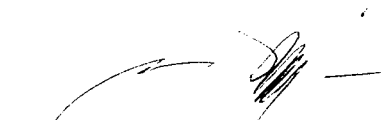
Menyetujui :

Pembimbing I,



**Drs. H. Slamet Firdaus**  
NIP. 150 238 187

Pembimbing II,



**Drs. Adang Djumhur S., M.Ag**  
NIP. 150 216 332

## PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran PT.Ahad-Net Internasional Mitrasalur JBR 55 ( Dalam Perspektif Fiqih Muamalah )” Nama: Ida Farida, Nomor Pokok 9930144 telah diajukan dalam sidang munaqasyah STAIN Cirebon pada tanggal 13 September 2003.

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

Cirebon, 13 September 2003

Sidang Munaqasyah :

Ketua

Merangkap Anggota,



Drs. Achmad, M. Ag.

NIP 150 258 797

Sekretaris

Merangkap Anggota,

Drs. Wasman, M. Ag.

NIP 150 250 502

Anggota,

Penguji I,

Drs. H. U. Syafruddin

NIP 150 216 320

Penguji II,

Drs. Jamali M. Ag.

NIP 150 269 431

## NOTA DINAS

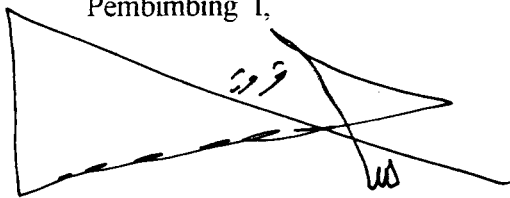
Kepada Yth,  
**Ketua Jurusan  
Syari'ah  
STAIN Cirebon.**

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah melakukan pembimbingan, telaah, arahan dan korelasi terhadap penulisan skripsi dari **Ida Farida, NIM. 9930144** yang berjudul "**Strategi Pemasaran PT. Ahad-Net Internasional Mitrasalur JBR 55 (Dalam Perspektif Fiqih Muamalah)**", saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Jurusan Syari'ah STAIN Cirebon untuk dimunaqosahkan.

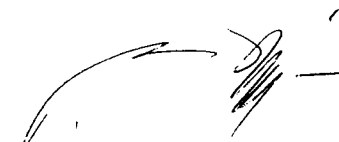
*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Pembimbing I,



**Drs. H. Slamet Firdaus**  
NIP. 150 238 187

Cirebon, 2 September 2003  
Pembimbing II,



**Drs. Adang Djumhur S., M.Ag**  
NIP. 150 216 332

## PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

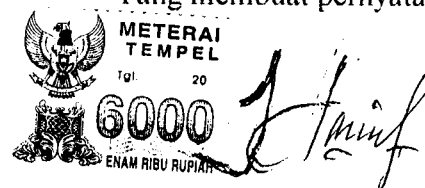
*Bismillahirrohmanirrohim*

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul : “ **Strategi Pemasaran PT. Ahad – Net Internasional Mitrasalur JBR 55 (Dalam Perspektif Fiqih Muamalah)** ” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya 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 menanggung resiko / sanksi dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan, atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Cirebon, 4 September 2003

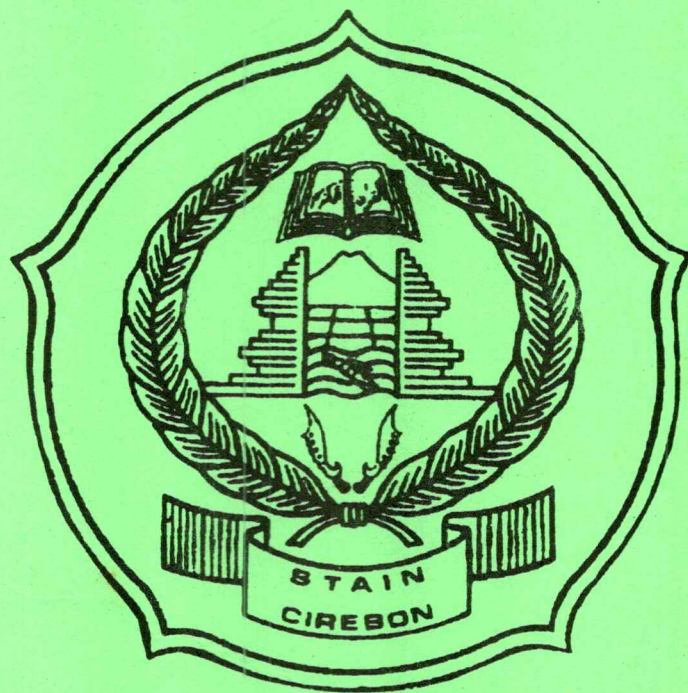
Yang membuat pernyataan,



**Ida Farida**

NIM. 9930144





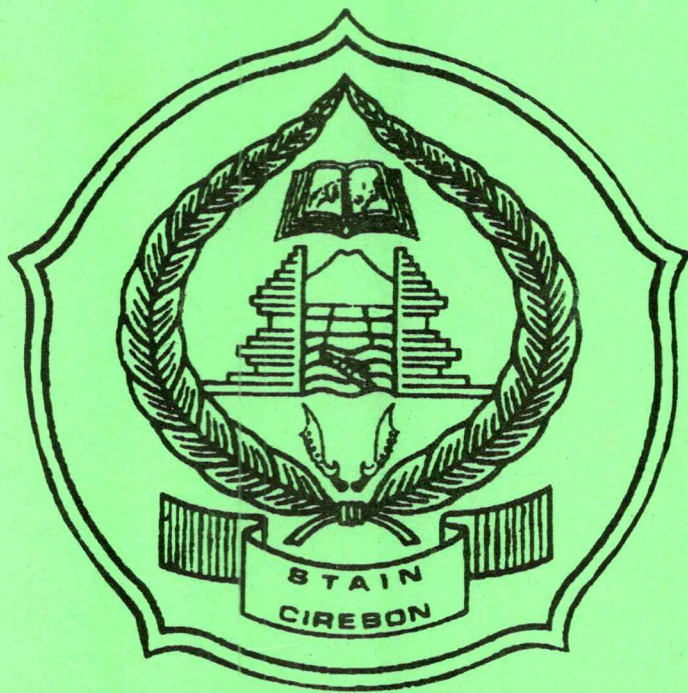


**MOTTO:**

"JANGAN TAKUT KALAU HANYA PERKEMBANGAN PERLAHAN  
TETAPI TAKUTLAH KALAU KITA HANYA DIAM SAJA."  
"UKURAN KEHIDUPAN ADALAH BUKAN DIUKUR DARI LAMANYA USIA  
TETAPI DIUKUR DARI KONTRIBUSI KITA TERHADAP HIDUP INI"

"BY RID"

SKRIPSI INI KU PERSEMBAHKAN UNTUK..  
AYAHANDA DAN IBUNDA TERCINTA ATAS DOA N' FOR ALL  
KAKAK'2 DAN ADIK'2 N' KELUARGA BESARKU  
TEMAN'2 KARIBKU PRODY EPI'99 YANG TIDAK DAPAT KUSEBUTKAN NAMANYA SATU  
PER SATU *SPECIAL FOR ALL* TRIMS' ATAS TEGURAN N' MOTIVASINYA  
TEMAN'2 KARIBKU KOZM, ANI. IR. JI', T'NQG, IIL, ULVA, T'NUR, TAK KAN TERLUPAKAN  
REKAN'2 SE-ISTIQOMAH N' KELUARGA BESAR WISMA STAIN TRIMS' SEGALANYA

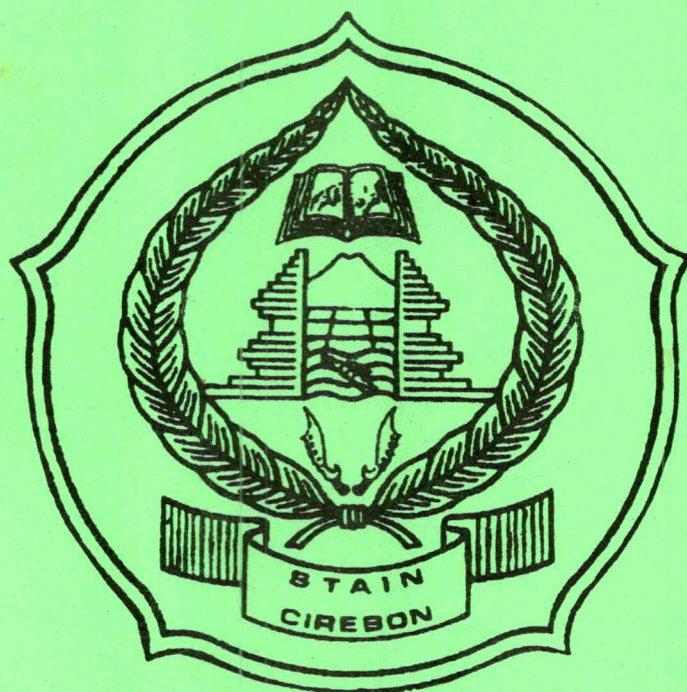


## RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Majalengka tanggal 9 Juni 1979. Penulis anak keempat dari pasangan Bapak Jarsa dengan Ibu Umamah. Penulis menyelesaikan pendidikan dengan jenjang pendidikan sebagai berikut :

1. Sekolah Pendidikan Dasar di SDN Cisetu 3 Sarimanah ( lulus tahun 1992)
2. Sekolah Menengah Pertama di MTS PUI Rajagaluh ( lulus tahun 1995)
3. Sekolah Menengah Atas di MAN Ciwaringin Cirebon ( Lulus Tahun 1998)
4. Kemudian melanjutkan ke Sekolah Tinggi Agama Islam (STAIN) Cirebon, Jurusan Syari'ah Program Studi Ekonomi Perbankan Islam.



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur terpanjatkan kehadirat Allah Swt. Yang telah memberikan berkah dan rahmatnya-Nya, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini tanpa hambatan dan kesulitan yang berarti. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad Saw. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada,

1. Bapak Dr. H. M. Imron Abdullah, M. Ag. selaku Ketua STAIN Cirebon
2. Bapak Drs. Achmad Kholik, M. Ag. selaku Ketua Jurusan Syariah STAIN Cirebon
3. Bapak Drs. Wasman, M. Ag. selaku Sekretaris Jurusan Syariah STAIN Cirebon
4. Bapak Drs. Aang Sastra Gunawan, M. Ag. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Perbankan Islam
5. Bapak Drs. H.Slamet Firdaus dan Drs. Adang Djumhur S. M.Ag., selaku Pembimbing Skripsi
6. Ibu Retno beserta Bapak sebagai pengelola Mitrasalur JBR 55 yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk diwawancara
7. Ibu Reni dan Ibu Adang pengelola Sub Mitrasalur 109
8. Keluarga besar prody EPI'99 yang selalu memberikan dorongan, nasehat dan teguran, sehingga penulisan skripsi dapat terselesaikan

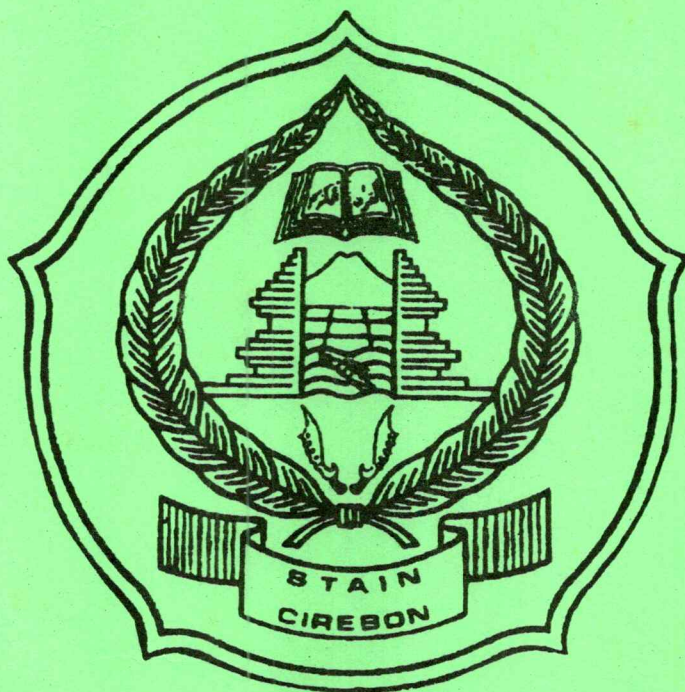
Ucapan terima kasih juga yang tak terhitung kepada Ayahanda dan Ibunda tercinta serta kakakku dan adikku yang telah memberikan bantuan moril maupun

materil juga motivasi dan doanya kepada penulis . Semoga Allah SWT. memberikan balasan yang setimpal dan menjadikan amal shalih. Amin ya rabbal 'alamin.

Akhirnya semoga skripsi ini menjadi setitik sumbangan bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi pembaca. Tidak ada yang sempurna dalam sebuah karya, skripsi ini pun demikian. Adapun apa adanya skripsi ini merupakan bagian dari “proses belajar”. Oleh karena itu, untuk mendapatkan “kesempurnaan” saran dan kritik terhadap skripsi ini sebagai bagian yang tidak dapat dielakkan. Dan penulis bertanggungjawab atas semua kesalahan dan kekurangan tulisan dalam skripsi ini.

Cirebon, 13 September 2003

Penulis





## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI .....	iii
DAFTAR TABEL .....	vi
BAB I     PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	5
C. Pertanyaan Penelitian .....	7
D. Tujuan Penelitian .....	7
E. Kerangka Pemikiran .....	7
F. Langkah-langkah Penelitian .....	13
G. Sistematika Penulisan .....	15
BAB II    STRATEGI PEMASARAN BISNIS MODERN .....	16
A. Pengertian Strategi Pemasaran .....	16
B. Faktor-faktor Strategi Pemasaran .....	18
C. Sistem Pemasaran Bisnis Modern .....	25
BAB III   KONDISI OBJEKTIF PT. AHAD-NET INTERNASIONAL	
MITRASALUR JBR 55 .....	29
A. PT. Ahad-Net Internasional .....	29
1. Sejarah Singkat PT.Ahad-Net Internasional .....	29

2.	Struktur Organisasi PT.Ahad-Net Internasional .....	31
3.	Kondisi Objektif Mitraniaga PT.Ahad-Net Internasional .....	34
4.	Produk-produk PT.Ahad-Net Internasional .....	40
5.	Pelatihan Berjenjang .....	40
B.	Mitrasalur JBR 55 .....	43
1.	Sejarah Singkat Mitrasalur JBR 55 .....	43
2.	Struktur Organisasi Mitrasalur JBR55.....	44
3.	Kondisi Objektif Mitraniaga .....	45
4.	Omset Penjualan Mitrasalur JBR 55.....	46
5.	Produk-produk PT.Ahad-Net Internasional yang tersedia di Mitrasalur JBR 55 .....	46
6.	Peran dan Fungsi Mitsalur JBR 55 .....	47

#### BAB IV ANALISIS FIQIH MUAMALAH TENTANG STRATEGI

##### PEMASARAN PT. AHAD-NET INTERNASIONAL

	MITRASALUR JBR 55 .....	49
A.	Strategi Pemasaran PT.Ahad-Net Internasional Mitrasalur JBR 55 .....	49
B.	Faktor-faktor Penunjang dan Penghambat Strategi Pemasaran di PT. Ahad-Net Internasional Mitrasalur JBR 55 .....	59
C.	Pandangan Fiqih Muamalah Tentang Strategi Pemasaran PT.Ahad-Net Internasional Mitrasalur JBR 55 .....	60

BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	66
	A. Kesimpulan .....	66
	B. Saran .....	67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Perbedaan Ahad-Net dengan MLM Konvensional .....	28
2. Insentif Syariah .....	36
3. Hadiah Tahunan .....	37
4. Andil Saham .....	38
5. Tabungan Hari Tua .....	39
6. Pertumbuhan Insentif Mitrasalur JBR 55 .....	45