

**KOMODIFIKASI AGAMA DALAM BISNIS**  
**(STUDI KASUS BISNIS MLM PT. MELIA SEHAT SEJAHTERA)**

**Skripsi**

Disusun untuk Memenuhi Tugas Akhir Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Strata Satu (S-1) dalam Studi Agama-agama



**Oleh :**

**Isnaini Nurul Fadilah**

**NIM : E02218011**

**PROGRAM STUDI AGAMA-AGAMA FAKULTAS**  
**USHULUDDIN DAN FILSAFAT**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**

**2022**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Isnaini Nurul Fadilah

NIM : E02218011

Program Studi : Studi Agama-Agama

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 15-04-2022

Saya yang menyatakan,



Isnaini Nurul Fadilah

## **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi yang ditulis oleh Isnaini Nurul Fadilah dengan judul “Komodifikasi Agama dalam Bisnis (Studi Kasus Bisnis MLM PT. Melia Sehat Sejahtera)” ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 10 April 2022

Pembimbing



Dr. Nasruddin, M.A  
NIP. 197308032009011005

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Komodifikasi Agama dalam Bisnis (Studi Kasus Bisnis MLM PT. Melia Sehat Sejahtera)” yang ditulis oleh Isnaini Nurul Fadilah ini telah disetujui pada tanggal 21 April 2022

### Tim Penguji:

1. Dr. Nasruddin. M.A (  )
2. Prof. Dr. Hj. Wiwik Setiyani, M.Ag (  )
3. Feryani Umi Rosidah, M. Fil. I (  )
4. Prof. Dr. H. Kunawi, M.Ag (  )

Surabaya, 21 April 2022



**Prof. Dr. H. Kunawi, M.Ag**

**NIP: 196409181992031002**



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: perpustakaan@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Isnaini Nurul Fadilah  
NIM : E02218011  
Fakultas/Jurusan : Ushuluddin dan Filsafat/Studi Agama-Agama  
E-mail address : isnainifadilah14@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Komodifikasi Agama dalam Bisnis (Studi Kasus PT. Melia Sehat Sejahtera)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 27 April 2022

Penulis

( Isnaini Nurul Fadilah )

## Abstrak

Perkembangan era revolusi industri 5.0 pada dunia perekonomian bergerak sangat dinamis dan cepat di abad ke 21 ini, dikarenakan semua sistem mulai terkoneksi dengan kemajuan teknologi yang semakin berkembang sehingga setiap pengoperasian dalam mengelola perusahaan tidak bisa dilepaskan dari hasil kemajuan teknologi. Berkaitan dengan hal tersebut memacu para pelaku bisnis untuk membuka sebuah usaha dengan sistem Multi Level Marketing (MLM). Karena strategi sistem ini dianggap paling mudah untuk dilakukan oleh kalangan pelaku bisnis demi mendapatkan keuntungan secara kompetitif. Melihat perkembangan bisnis pada dunia saat ini agama telah dijadikan motif penggunaan untuk berbisnis. Secara praktisnya hal ini menjadikan penyaluran nilai-nilai spiritual yang berkeyakinan pada Tuhan dengan menjadikan pedoman hidup ini menjadi nilai tukar. Namun dalam konteks ini bukan berarti agama menjadi realitas objektif, melainkan sebagai simbol atau motif. Perlu diketahui juga bahwa aktivitas ekonomi bukan dari esensi agama, tetapi citra agama lah yang menjadi simbol keagamaan dengan memanfaatkan sebagai labeling tertentu. Hal ini merujuk pada PT. Melia Sehat Sejahtera yang telah memodifikasi etos kerjanya dengan motif agama. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Teknik yang digunakan oleh peneliti adalah wawancara secara mendalam pada narasumber, sehingga peneliti bisa menjawab rumusan masalah yang ada. Teori yang digunakan oleh peneliti adalah pemikiran Max Weber tentang tindakan rasionalis instrumental, bahwasannya cara terbaik untuk kita memahami suatu tindakan individu atau kelompok adalah dengan menghargai bentuk tipikal dari tindakan yang dilakukan menjadi ciri khasnya. Hal ini sejalan dengan teori Habermas yang menyatakan tentang tindakan komunikatif, bahwa aktivitas komunikasi berorientasi pada klaim yang valid dengan konsep rasionalitas yang lebih condong pada subjek yang berbicara dan bertindak.

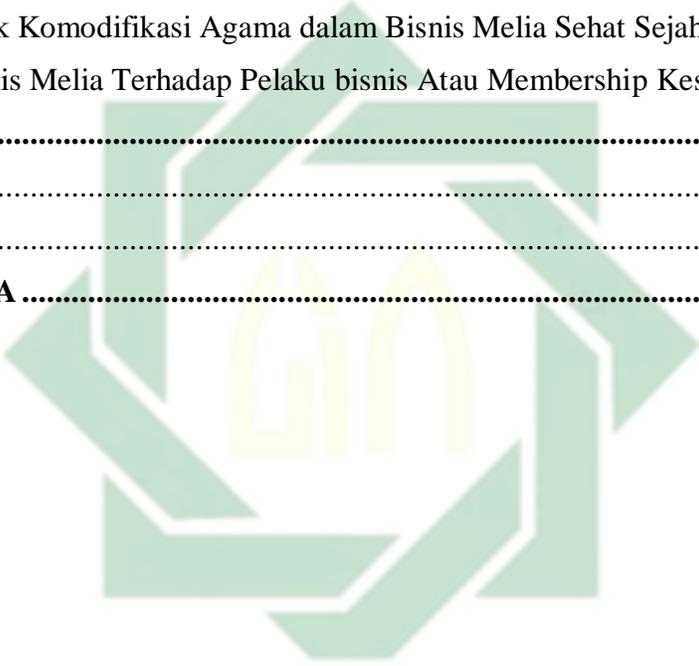
Kata kunci : Bisnis MLM PT. Melia Sehat Sejahtera, Komodifikasi

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR ISI

<b>MOTTO.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>Abstrak.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Kegunaan Penelitian .....	7
F. Metode Penelitian.....	8
G. Tinjauan Pustaka.....	15
H. Sistematika Pembahasan .....	18
<b>BAB II KAJIAN TEORI.....</b>	<b>20</b>
A. Komodifikasi Agama .....	20
1. Pengertian Komodifikasi .....	20
2. Kajian Komodifikasi Agama .....	22
B. Prinsip dan Nilai Islam dalam Bisnis .....	29
1. Prinsip Keadilan.....	31
2. Prinsip Kesederajatan .....	33
3. Prinsip Kepercayaan.....	34
4. Prinsip Etos Kerja .....	36
5. Prinsip Ketentraman.....	37
B. Kajian Tentang Multi Level Marketing .....	38
1. Pengertian Multi Level Marketing .....	38
2. Macam-Macam Jenis MLM di Indonesia.....	41
<b>BAB III PROFIL SUBYEK PENELITIAN.....</b>	<b>46</b>

A. Sejarah PT. Melia Sehat Sejahtera.....	46
B. Visi dan Misi PT. Melia Sehat Sejahtera .....	52
C. Struktur Kepemimpinan PT. Melia Sehat Sejahtera .....	54
D. Produk PT. Melia Sehat Sejahtera .....	57
E. Marketing Plan PT. Melia Sehat Sejahtera.....	62
F. Acara-acara PT. Melia Sehat Sejahtera .....	68
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS .....</b>	<b>73</b>
A. Hasil Penelitian.....	73
1. Bentuk-Bentuk Komodifikasi Agama dalam Bisnis Melia Sehat Sejahtera .....	73
2. Pengaruh Bisnis Melia Terhadap Pelaku bisnis Atau Membership Kesejahteraan .....	87
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>95</b>
A. Kesimpulan.....	95
B. Saran.....	96
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>97</b>



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Perkembangan era revolusi industri 5.0 pada dunia perekonomian bergerak sangat dinamis dan cepat di abad ke 21 ini. Hal tersebut dikarenakan semua sistem mulai terkoneksi dengan era digital dan kemajuan teknologi informasi yang semakin berkembang. Dunia perekonomian pada era revolusi industry 5.0 masih sangat dinamis dan cepat. Kedinamisan dan kecepatan dunia perekonomian di era abad ke 21 ini setidaknya karena dunia perekenomian sudah menggunakan kemajuan teknoigi, sehingga setiap operasi pengelolaan yang terkait dengan perekenomian tidak bisa dilepaskan dari hasil kemajuan teknologi<sup>1</sup>. Artinya perekenomian saat ini seakan-akan mau tidak mau harus menggunakan hasil teknologi di dalam pengoperasian usaha atau bisnisnya.

Menurut ahli ilmu sosial kemajuan teknologi memaksa dunia perekonomian menggunakan hal-hal yang tidak biasa atau diluar kelaziman perekenomian saat ini disebut sebagai era disrupsi. Era disrupsi bisa diartikan sebagai era yang mempunyai tantangan berat tidak hanya itu, era ini bisa mengancam pada kehidupan manusia jika manusia tidak mampu melakukan adaptasi atau perubahan seperti yang terjadi pada kemajuan teknologi. Maka mereka akan menghadapi banyak tantangan dalam menerjang gelombang kehidupan setiap hari yang penuh akan sebuah persaingan dunia. Era disrupsi juga disebut sebagai era transformasi digital, dimana semua kehidupan manusia seakan-akan mau tidak mau dipaksa menggunakan teknologi. Orang tidak lagi bekerja secara manual atau mengandalkan kekuatan tenaga otot tetapi menggunakan teknologi hasil kemajuan ilmu pengetahuan. Seperti yang terjadi pada beberapa sektor yang terlihat dampaknya.

---

<sup>1</sup> Warmayana, "Pemanfaatan Digital Marketing dalam Promosi pada Era Industri", *Jurnal Pariwisata Budaya*, Vol. 3, No. 2 (2018), 81

Pada sektor pertanian peran teknologi sangat diperlukan untuk kualitas hasil pertanian. Revolusi pertanian di bantu oleh kemajuan teknologi dengan adanya penemuan mesin-mesin dan cara baru dalam bertani. Seperti para petani yang dulunya membajak sawah masih menggunakan kerbau, saat ini petani sudah menggunakan traktor untuk mempermudah proses pembajakan. Kedua teknologi sensor dan teknologi otomasi yang digunakan pada sektor pertanian ini di gunakan untuk memberikan data yang konkrit dalam penggunaan pestisida yang lebih efisien dan mendapatkan data tentang pertumbuhan hama, penyakit, dan permasalahan lainnya.

Pada sektor pendidikan teknologi juga menjadi faktor penting dalam menghadapi permasalahan yang saat ini terjadi pada era pandemic Covid-19. Dengan keadaan ini pemerintah atau kalangan akademis mengikuti arus revolusi industry 4.0 dengan menciptakan teknologi pendidikan semacam model aplikasi berupa podcast, ruang guru, website classroom. Disamping itu kegiatan pembelajaran jarak jauh juga dilakukan melalui google meet, zoom, maupun video call. Guna mempermudah generasi muda dalam proses belajar secara mandiri.<sup>2</sup>

Pada sektor ekonomi perkembangan teknologi di sektor ini cukup kuat baik dalam skala kecil menengah sampai besar. Pertumbuhan teknologi dalam proses pembangunan ekonomi adalah hal yang dominan sebagai sarana penyebaran informasi, komunikasi, dan relasi kerjasama berbisnis. Di era globalisasi telah menghilangkan jarak ruang dan waktu untuk mendapatkan keuntungan yang kompetitif seperti, adanya konten atau sarana jual beli secara online melalui marketplace atau aplikasi lainnya, membangkitkan mutu dan kualitas para pengusaha muda dengan mengandalkan sosial media, dan banyak

---

<sup>2</sup> Warmayana, 85.

perusahaan yang sudah menggunakan tenaga robot. Kasus ini juga memperkuat daya saing pada pasar dunia secara internasional yang dapat meningkatkan pendapatan negara untuk menunjang kesejahteraan penduduknya. Namun demikian tidak bisa dipungkiri hal tersebut memiliki dampak negative bagi pertumbuhan manusia yang semakin tahun semakin berkembang, karena angka kelahiran cukup besar dibandingkan angka kematian, hal ini mengakibatkan terjadinya pengangguran karena tenaga manusia sudah di tukar oleh teknologi ataupun tenaga robot. Selain itu sumber daya manusia yang belum siap menghadapi tantangan era globalisasi ini akan kehilangan profesional pekerjaannya jika tidak mempunyai keterampilan yang dibutuhkan oleh perusahaan dalam dunia kerja pada struktur perekonomian yang baru.

Berkaitan hal tersebut memacu para pelaku bisnis untuk membuka sebuah usaha dengan sistem Multi Level Marketing (MLM). Karena strategi sistem ini dianggap paling mudah dilakukan oleh kalangan pelaku bisnis yang memiliki modal untuk mendapatkan keuntungan yang kompetitif. Strategi pemasaran Multi Level Marketing (MLM) dikenal pada awal tahun 1980an di Indonesia, dan tepatnya pada tahun 1984 yang pada waktu itu APLI menjadi suatu organisasi yang merupakan wadah persatuan dan kesatuan tempat berhimpun para perusahaan penjualan langsung, termasuk perusahaan yang menjalankan penjualan dengan sistem berjenjang (Multi Level Marketing) di Indonesia. Beberapa tahun ini, MLM semakin marak dan banyak diminati orang, lantaran perdagangan dengan sistem MLM ini menjanjikan kekayaan yang melimpah tanpa banyak modal dan tidak begitu ruwet. Perkembangan bisnis Multi Level Marketing menjadi semakin pesat.

Pola pikir manusia saat ini selalu mengalami perkembangan yang seiring waktu menciptakan hal-hal baru yang dapat mempengaruhi segala aspek. Sistem Multi Level

Marketing saat ini sangat gencar untuk meningkatkan atau melipat gandakan penghasilan karena pada umumnya sistem ini memiliki acuan operasional yang memanfaatkan *Network Marketing*. Proses pelaksanaan operasional ini memakai sistem duplikasi jaringan yang membuat selalu terbentuknya kelipatan di bawah jaringan tersebut. Jaringan sendiri adalah suatu cara untuk mengkaitkan antara manusia dengan manusia yang lainnya yang dimana pada semua jaringan ini sama-sama saling menguntungkan. Contoh halnya, dalam jaringan tersebut dari satu orang mengajak dua orang untuk bergabung, lalu dua orang tersebut mengajak dua orang lagi untuk bergabung dan seterusnya hingga perekonomian jaringan berkembang cepat. Maka dari itu *Network Marketing* salah satu sistem yang bisa menjadikan seseorang mendapatkan hasil yang luar biasa dengan cara yang sudah terbukti penghasilannya.<sup>3</sup>

Melihat perkembangan bisnis pada dunia ini semakin lama agama semakin dijadikan motif penggunaan dalam berbisnis. Dari masing-masing penjelasan diatas dapat kita ketahui bahwa komodifikasi agama ini sebuah proses yang dihadirkan untuk jalur ekonomi dan agama. Komodifikasi agama diartikan sebagai sebuah strategi yang memanfaatkan agama oleh pelaku-pelaku industri untuk memperoleh perhatian dari konsumen sebagai nilai jual yang elegant. Para pelaku industry sendiri berlomba-lomba dalam mendapatkan label halal atau syariah dari suatu bisnis yang digelutinya agar dapat bersaing dengan kompetitornya. Secara praktisnya hal ini menjadikan penyaluran nilai-nilai spiritual yang berkeyakinan pada Tuhan dengan menjadikan pedoman hidup ini menjadi nilai tukar. Namun dalam konteks ini bukan berarti agama menjadi realitas objektif, melainkan sebagai simbol atau motif. Perlu diketahi juga bahwa aktivitas ekonomi

---

<sup>3</sup> Rendi, *Analisis Hukum Islam tentang Implementasi Sistem Marketing Plan Bisnis MLM Melia sehat Sejahtera*, (Skripsi : Fakultas Syariah UIN Raden Lampung, 2019), 15

bukan dari esensi agama, tetapi citra agama lah yang menjadi simbol keagamaan dengan memanfaatkan sebagai labeling tertentu.

Perspektif sosiologis mengatakan bahwa agama tidak hanya dilihat sebagai sesuatu hal yang bersifat doctrinal-ideologis yang berwujud abstrak, melainkan agama hadir dalam wujud material juga. Konteks ini memandang agama sebagai salah satu bagian dari kebudayaan. Sering kali identitas agama ini dimaterialisasikan melalui cara bertindak, cara berpikir, dan cara berperilaku yang lebih mudah. Dalam konteks ini agama juga dikatakan sebagai “praktik keagamaan” bukan hanya “doktrin keagamaan”.<sup>4</sup> Sebagaimana yang dikatakan oleh Louis Althusser bahwa ideology juga dapat dimaterialisasi kedalam wujud tertentu yang kongkrit. Islam misalnya, dapat dimaterialisasi kedalam berbagai bentuk kultural seperti jilbab, sarung, kegiatan pengajian dan seterusnya yang merupakan salah satu bentuk materi dari ideologi Islam itu sendiri.

Pada sisi yang lain agama yang mengalami privatisasi menyebabkan agama kehilangan perannya di tingkat public, agama ini telah kehilangan kelebihanannya dalam mempercayai kehidupan-kehidupan public. Fenomena ini dikemukakan oleh Peter F. Beyer yang terjadi karena adanya paham pluralism dalam masyarakat modern. Konteks ini mengatakan bahwa cara beragama masyarakat modern saat ini hanya terbatas untuk memenuhi kebutuhan spiritual belaka yang bersifat ibadah individual bukan public ataupun sosial.<sup>5</sup>

Komodifikasi adalah penggabungan dari dua kata yaitu komoditas dan modifikasi.

Komoditas disini artinya benda perniagaan utama, sedangkan modifikasi artinya varian

---

<sup>4</sup> Husna, “Komodifikasi Agama: Pergesaran Praktik Bisnis dan Kemunculan Kelas Menengah Muslim”, *Jurnal Komunikasi Global*, Vol. 2, No. 2 (2018), 49

<sup>5</sup> Moch. Fakhruroji, *Globalisasi dan Komodifikasi Agama*, h. 193

bentuk dan ukuran yang merubah varian ini menjadi baru. Jadi komoditas dapat diartikan proses perubahan dari nilai-nilai kehidupan menjadi sebuah nilai yang lebih bisa di pasarkan. Komodifikasi diserap dari bahasa Inggris yaitu “commodification” yang berasal dari kata “Commodity” yang memiliki arti sesuatu yang diproduksi untuk dijual.

Menurut Vincent Mosco yang dikutip dalam jurnal Muhammad Fakhrudin Yusuf mengungkapkan bahwa komodifikasi adalah the process of transforming use values into exchange values atau proses perubahan suatu nilai guna menjadi nilai tukar dimana ada harga yang ditetapkan oleh seorang produsen. Komodifikasi ini berkaitan erat dengan kapitalisme. Kapitalisme atau “*money oriented*” adalah sistem yang berorientasi pada uang. Sistem ini memberikan kesempatan yang besar pada orang yang mempunyai modal untuk mengeksploitasi kekayaan sehingga para pengusaha akan menumpuk modal dengan berlomba-lomba untuk menghalalkan segala cara. Sistem ini menjadi pemicu kegiatan komersial untuk mendapatkan keuntungan material<sup>6</sup>. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti ingin meneliti tentang komodifikasi agama dalam bisnis MLM PT. Melia Sehat Sejahtera.

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

---

<sup>6</sup> Hasan, Harisatun, *Syariah Branding Komodifikasi Agama dalam Bisnis Waralaba di Era Revolusi Industri 4.0*, (Vol. 13, No.1, Juni 2019), h. 81

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas, maka perlu dirumuskan fokus permasalahan yang akan dibahas yaitu :

1. Bagaimana bentuk komodifikasi agama dalam bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) PT. Melia Sehat Sejahtera?
2. Bagaimana pengaruh komodifikasi agama terhadap keberlangsungan PT. Melia Sehat Sejahtera?

## C. Tujuan Penelitian

Dari uraian masalah tersebut di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk menjelaskan bagaimana komodifikasi agama yang dilakukan pada bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) PT. Melia Sehat Sejahtera.
2. Untuk mengetahui pengaruh komodifikasi agama terhadap keberlangsungan PT. Melia Sehat Sejahtera.

## D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa kegunaan diantara lain yaitu,:

1. Sebagai pelaksanaan tugas akademik, yaitu melengkapi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar sarjana agama pada fakultas Ushuluddin dan Filsafat di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
2. Untuk memberikan pengetahuan terhadap masyarakat tentang komodifikasi agama pada kasus bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) PT. Melia Sehat Sejahtera.

3. Ingin memberikan informasi kepada masyarakat kenapa saat ini agama menjadi salah satu indikator untuk berwirausaha dalam penjualan yang dilakukan pelaku industry

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Metode penelitian merupakan suatu kegiatan secara ilmiah dengan cara sistematis untuk menyelesaikan masalah yang terjadi atau mencari jawaban pada masalah dalam suatu penelitian. Metode ini dilakukan secara bertahap dimulai dari menentukan topik, pengumpulan data, pengertian atas topik, dan gejala-gejala tertentu yang terjadi. Metode yang peneliti gunakan adalah metode kualitatif. Metode kualitatif ialah metode yang memecahkan masalahnya dengan penggunaan data secara empiris. Karena penelitian model kualitatif sangat interpretatif terhadap fenomena yang diamati, maka arus penelitian ini didasarkan pada: permasalahan yang jawabannya ditemukan dari proses sosial (*social processes*), pemaknaan (*meaning making*), dan pemahaman (*verstehen/understanding*), dan tindakan (*experiment*). Semua itu dianalisis dalam *setting* alamiah, kemudian diinterpretasikan berdasarkan pemaknaan yang diberikan informan<sup>7</sup>. Menurut Creswell, J.W mendeskripsikan metode penelitian kualitatif ini merupakan penelitian yang digunakan untuk meneliti suatu masalah manusia dan sosial yang dimana peneliti akan menyampaikan hasil dari penelitian berdasarkan analisa data dan laporan pandangan data yang diperoleh dari lapangan, kemudian di deskripsikan dalam laporan penelitian secara detail dan rinci. Penelitian kualitatif diartikan juga sebagai metodologi yang berkaitan dengan fenomena secara kompleks dalam praktik kehidupan sosial serta berdasarkan pada sudut pandang para informan.

---

<sup>7</sup> Dedi Mahyudi, *Pendekatan Antropologi dan Sosiologi dalam Studi Islam*, h. 210

Penelitian kualitatif ini menggunakan metode fenomenologi. Fenomenologi secara harfiah berasal dari bahasa Yunani yaitu *pahainomeon* yang artinya gejala atau sesuatu hal yang menampilkan diri. Istilah ini dapat diketahui dari dua sudut pandang yaitu, fenomenan dari sudut pandang kesadaran kita dan fenomena yang selalu menunjuk keluar sehingga menemukan kesadaran yang terlihat secara sejati. Paradigma tersebut muncul karena hadir dari pemikiran manusia terhadap subjektivitas.<sup>8</sup> Menurut Suseno bahwa manusia hadir ke dunia sebagai subjek yang mempunyai kesadaran seorang diri, tidak hanya hadir di dunia ini hanya sebagai benda, melainkan sebagai subyek yang bertindak, berefleksi, dan berpikir secara kritis dan bebas.

Menurut Mujib (2015), penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi memiliki dua karakteristik dalam pendekatan fenomenologi dalam bidang agama.<sup>9</sup> Pertama, metode dalam pendekatan ini merupakan metode untuk memahami agama dalam perspektif netralitas. Kedua, metode penelitian ini menggali data dibantu dengan didiplin ilmu yang lain, seperti sosiologi.

## 2. Data dan Sumber Data

Data dan sumber data dalam penelitian kualitatif ini berupa susunan rangkaian kata-kata, bukan rangkaian angka-angka yang dikumpulkan dari beranekaragam cara, seperti dari hasil wawancara, hasil observasi, dan dokumen-dokumen yang sebelumnya diolah untuk selanjutnya digunakan sebagai hasil penelitian.

Sebagai penelitian sosiologi yang berbasis komodifikasi agama untuk mempelajari dan memahami mengenai suatu fenomena ini yang berkaitan dengan komodifikasi agama

---

<sup>8</sup> Helaluddin, Mengenal Lebih Dekat Pendekatan Fenomenologi : sebuah peneliti kualitatif, 7

<sup>9</sup> Mujib, Abdul, "Pendekatan Fenomenologi dalam Studi Islam", *Jurnal Pendidikan Islam*, Vol. 6, No. 2 (2015), 35

dan bisnis, peneliti mengambil data langsung dari wawancara beberapa member PT Melia Sehat Sejahtera., serta memadukan dengan berbagai buku dan jurnal-jurnal ilmiah. Adapun sumber-sumber yang relevan nanti akan diambil dari Al-Qur'an dan hadits yang berkaitan.

a) Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini meliputi : (i) sumber data primer, (ii) sumber data sekunder, dan (iii) sumber data tertier.

(1) Sumber Data Primer

Data primer adalah sumber data penelitian yang didapatkan secara langsung dari sumber aslinya atau informan. Hasil data ini diperoleh dari hasil wawancara, jejak pendapat individu atau kelompok, dan dari hasil observasi kejadian suatu obyek. Peneliti dalam menghasilkan data primer membutuhkan data dengan cara menjawab pertanyaan riset atau penelitian. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah member dan leader PT. Melia Sehat Sejahtera. Dikatakan sebagai sumber data primer karena mereka yang melakukan kegiatan pemasaran produk dan menjalankan sistem bisnis PT.

Melia Sehat Sejahtera

(2) Sumber Data Sekunder

Data sekunder ialah sumber data hasil penelitian yang didapatkan dari media perantara secara tidak langsung yang beruku catatan atau bukti yang telah ada serta arsip yang dipublikasikan maupun tidak dipublikasikan secara umum.<sup>10</sup>

Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah Leader perintis bisnis Melia

---

<sup>10</sup> Mujib, "Pendekatan dalam Fenomenologi, 40.

di Jawa Timur, dan mentor PT. Melia Sehat Sejahtera. Mereka dikatakan sebagai sumber data sekunder karena mereka tidak menjadi subyek penelitian ini langsung, meskipun mereka juga ikut menjalankan sistem bisnis PT. Melia Sehat Sejahtera.

### (3) Sumber Data Tertier

Data tersier adalah bahan-bahan memberi penjelasan terhadap data primer dan sekunder. Sumber data tertier atau pelengkap dalam penelitian ini adalah video youtube dari channel ESN Official, buku panduan PT. Melia Sehat Sejahtera dan SOP (Standar Operasional Prosedur). Hal ini yang menjadikan sebagai sumber data pelengkap karena hanya melengkapi data yang sudah diperoleh dari sumber data primer dan sekunder. Di samping itu, dokumen-dokumen hanya bersifat melengkapi data-data yang dianggap kurang.

## 3. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang signifikan peneliti melakukan metode observasi. Sementara wawancara banyak dilakukan dengan cara terbuka (tidak formal) dengan subjek penelitian seperti kunjungan ke tempat-tempat berkumpulnya para aktifis-aktif sebagaimana tersebut di atas. Hal ini dimaksudkan untuk memperoleh informasi yang terkait dengan pemahaman, sikap, dan perilaku subjek yang terkait dengan permasalahan yang diajukan.

Untuk mendapatkan data penelitian, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data: (i) observasi partisipatif, (ii) wawancara, dan (iii) dokumentasi.<sup>11</sup>

a) Observasi Partisipatif

Jenis observasi yang dipakai dalam penelitian ini adalah observasi partisipatif. Peneliti ingin melibatkan diri dalam kehidupan subyek penelitian di perusahaan PT. Melia Sehat Sejahtera. Peneliti memperhatikan beberapa poin selama penelitian seperti ruang atau tempat berlangsungnya observasi, pelaku bisnis member dan leader PT. Melia Sehat Sejahtera, kegiatan acara-acara atau aktivitas yang dilakukan member Melia, (kronologi) waktu kegiatan atau aktivitas, tujuan dalam kegiatan acara atau aktivitas, dan media atau sarana yang digunakan selama proses kegiatan acara yang diselenggarakan perusahaan PT. Melia Sehat Sejahtera. Observasi partisipatif melibatkan langsung antara peneliti dan narasumber yang akan menumbuhkan kepekaan dalam pengamatan kejadian ini. Pengamatan secara intens pada pelaku yang diamati memunculkan spekulasi mengenai keadaan yang dibutuhkan bagi peneliti, kemudian peneliti akan mencari bukti mengenai keadaan yang terjadi.

b) Wawancara Mendalam

Wawancara yang dilakukan oleh peneliti adalah menggali data tentang pengalaman yang dilakukan oleh subyek penelitian dalam menjalankan bisnis Melia. Peneliti melakukan wawancara melalui *calling* dan tatap muka dengan narasumber. Langkah dan tahapan peneliti dalam mewawancarai narasumber adalah sebagai

---

<sup>11</sup> Putra, Nusa, "Penelitian Kualitatif", (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), 60

berikut: memutuskan subyek penelitian yang akan diwawancarai, menjadwalkan wawancara, menyiapkan alat perekam wawancara, mempersiapkan diri dengan subyek penelitian yang akan diwawancarai, menjelaskan pada subyek penelitian tentang maksud dan tujuan mewawancarai, menanyakan hal-hal umum dan ringan sebagai permulaan, lalu bertanya hal-hal substansi yang menjadi fokus penelitian, mengakhiri wawancara hasil wawancara sudah sesuai dengan maksud dan tujuan wawancara, dan mengucapkan terima kasih dan meminta memohon kesediaan diwawancarai untuk kembali jika data atau informasi yang ada perlu *dicross-check*, ditambahi atau diperjelas makna dan maksudnya.<sup>12</sup>

c) Dokumentasi

Studi dokumentasi berproses dan berawal dari menghimpun dokumen, memilih-milih dokumen sesuai dengan penelitian, lalu mencatat dan merekam dari subyek penelitian. Dalam hal tersebut penulis akan mencari data dari sumber-sumber yang berkaitan dengan penulisan skripsi untuk mendukung data dari observasi dan wawancara.

4. Analisa Data

Sejalan dengan fenomenologi sebagai pendekatan penelitian yang digunakan, maka persoalan proses komodifikasi agama pada bisnis MLM PT Melia Sehat Sejahtera dijelaskan secara meyakinkan melalui metode analisis *deskriptif-kualitatif*. Agar hasil analisis ini lebih dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah, maka peneliti

---

<sup>12</sup> Putra, "Penelitian Kualitatif, 63

menggunakan teknik analisa yang dipopulerkan oleh Creswell dengan prosedur sebagai berikut:

Pertama, pengumpulan data (*data collection*), baik data primer maupun data sekunder serta data yang berbentuk teks dan gambar. Ditahapan kedua peneliti melakukan proses membaca (*reading*) dan membuat catatan (*memoing*) sebagai referensi dari sejumlah jawaban yang dipertanyakan oleh peneliti. Ditahapan yang ketiga peneliti melakukan deskripsi atas data yang telah dicatat, kemudian mengklasifikasi, dan menginterpretasi semua data menurut konteks dan kategori. Dan tahapan yang terakhir, peneliti melakukan representasi dan visualisasi dengan membuat kesimpulan yang selanjutnya menyusun proposisi dari hasil penelitian yang dilakukan.<sup>13</sup> Analisis data dalam penelitian ini menggunakan data analisis spiral yang dijelaskan dengan langkah sebagai berikut:

- a. *Data Collection*, yaitu mengumpulkan data dari hasil penelitian berupa wawancara dalam bentuk observasi partisipan, teks, serta data yang lain seperti, gambar, dokumen, rekaman, dan sebagainya yang terkait perencanaan, pelaksana, dan evaluasi.
- b. *Data Managing*, yaitu peneliti melakukan pengolahan data yang diperoleh dari member dan leader PT. Melia Sehat sejahtera yang berupa observasi partisipan, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Kemudian merubah teks tersebut menjadi teks yang sesuai untuk dianalisis.

---

<sup>13</sup> Ahmad Tanzeh, "Metodologi Penelitian Praktis", (Jakarta Pusat: PT. Bina Ilmu, 2004), 29

- c. *Reading dan Memoring*, yaitu memahami serta mengingat hasil penelitian sebagai refleksi dari sejumlah jawaban atas pertanyaan peneliti berdasarkan perencanaan pelaksanaan dan evaluasi.
- d. *Describing, Classifying, and Interpreting*, yaitu mendeskripsikan dan mengelompokkan hasil penelitian sesuai dengan konteks kategori.
- e. *Representing dan Visualizing*, yaitu menyajikan data-datanya dan kemudian membuat kesimpulan dalam bentuk bagan, selanjutnya menyusun proposisi-proposisi dari hasil penelitian.<sup>14</sup>

## G. Tinjauan Pustaka

Dalam perkara penelitian ini, peneliti melakukan tinjauan pustaka sebagai langkah pertama dalam pembuatan hasil penelitian sehingga tidak terjadi kesamaan judul ataupun hal yang mirip dalam pembuatan penelitian. Setelah melakukan tinjauan pustaka, akhirnya peneliti menemukan judul skripsi yang membahas tentang bisnis dari perusahaan PT. Melia Sehat Sejahtera.

Penelitian yang dilakukan oleh Farah, dengan judul analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa berbisnis dengan sistem MLM (studi kasus member PT. Melia Sehat Sejahtera). Penulis disini menyampaikan bahwa terdapat beberapa faktor seperti, : member disini bisa lebih cepat untuk mewujudkan impiannya, penghasilan yang diberikan cash 100%, perusahaan ini tidak memberikan reward atau hadiah iming-iming, bonus yang diberikan cepat dibayarkannya, keanggotaan member dapat di ahli wariskan, sejumlah modal yang minim, kehalalan produk, legalitas perusahaan, pemimpin yang di

---

<sup>14</sup> Tanzeh, Metodologi Penelitian. . . , 69

pimpin oleh anggota DPR RI, tidak ada sistem tutup point ataupun level, adanya grup leader yang terbaik, memiliki sistem terbaik, jam kerja yang dapat diatur oleh masing-masing pribadi member, sistem yang mudah di aplikasikan, memiliki pelatihan yang rutin (training). Pada bisnis ini juga memiliki strategi sukses yaitu, untuk semua member harus mengikuti arahan dari grup leader, aktif untuk mengikuti pembelajaran atau training, menjalankan sistem marketing plan dengan benar dan dilarang ada kecurangan, memiliki kualitas produk yang sudah berstandar nasional sampai internasional.<sup>15</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Khulafi dengan judul analisis komunikasi pemasaran PT. Melia Sehat Sejahtera. Pada peneliti ini menjelaskan bahwa pemasaran yang dilakukan dengan mempromosikan produk penjualannya. Pemasaran yang sangat mudah ini dilakukan dengan cara menjadikan agen atau member baru dengan motif menjadi enterprenaur muda dan memberikan kekuatan juang seorang pengusaha yang dimana komunikasi ini sifatnya berbentuk keluarga atau komunitas. Pemasaran melia ini juga menggunakan sistem *face to face* atau juga bisa *door to door* dengan di bantu oleh leader untuk menjelaskan ke konsumen atau ke prospekan. Pemasaran melia ini juga sering kali menggelar acara seminar di berbagai tempat dari cafe. Hotel, mall, dll. Keunggulan yang di miliki melia untuk berkomunikasi pada calon member atau pada konsumen yang akan di tawarkan produk juga menggunakan personal selling. Lebih mudahnya lagi melia hanya memiliki 2 produk yang dimana dalam menjelaskan cukup singkat dan jika konsumen memahami maka akan di tindaklanjuti. Kerjasama yang diberikan perusahaan melalui leader antar konsumen juga menjadikan faktor pendukung untuk mempermudah

---

<sup>15</sup> Farah, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mhasiswa Berbisnis dengan Sistem MLM (Studi Kasus: Member PT. Melia Sehat Sejahtera)." Vol. 2 No. 1, 2015, hal. 722

proses pemasaran yang dilakukan oleh member dan juga mendapatkan evaluasi eksklusif. Namun kepercayaan antar konsumen dan komitmen member ini menjadi salah satu faktor penghambat dalam melangsungkan pemasaran MLM ini.<sup>16</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Rendi Karno dengan judul Analisis hukum islam tentang implematasi sistem marketing plan bisnis MLM PT. Melia Sehat Sejahtera. Jika di lihat dari segi legalitas perusahaanya sudah teruji dan sudah lengkap. Begitu juga marketing plan nya yang selama ini telah digunakan dari 2002 sampai saat ini. Pemerintah indonsia juga sudah memberikan surat (IUPB) izin usaha penjualan berjenjang, yang dikeluarkan oleh department perdagangan Indonesia. Begitu juga produk dari perusahaan melia sudah berstandar internasional GMP (*good manufacturing practice*) dan mendapatkan lisensi dari BPOM. Sistem pembagian hasil dari perusahaan juga sudah sangat jelas dan transparansi, begitu juga para member yang selalu di fasilitasi dalam setiap acara oleh team leader ataupun dari perusahaan. Legalitas perusahaan melia juga sudah melalui fatwa Majelis Ulama Indonesia nomor 75/DSN-MUI/VII/2009. Praktik yang dilakukan member melia sendiri sudah sangat jelas terjadi dilapangan dan menggunakan akad *ju'alah* yang di buat oleh fatwa MUI nomor 62/DSN-MUI/XII/2007.<sup>17</sup>

Peneliti terdahulu yang terakhir adalah skripsi dari Mujahidatun Nisa yang berjudul Penerapan Strategi Pemasaran di PT. Melia Sehat Sejahtera cabang Bandar Lampung dalam Meningkatkan Penjualan Produk Herbal, Skincare, dan Kosmetik. Dalam mempromosikan produk dari perusahaan PT. Melia Sehat Sejahtera menggunakan cara

---

<sup>16</sup> Khulafi, dkk. “*Analisis komunikasi pemasaran PT. Melia Sehat Sejahtera.*” (EJournal Ilmu Komunikasi) Hal. 162

<sup>17</sup> Rendi Karno, “Analisis Hukum Islam tentang Implementasi Sistem Marketing Plan Bisnis MLM PT. Melia Sehat Sejahtera” (Skripsi- Fakultas Ekonomi Islam UIN Raden Intan, 2019), hal. 94

pemasaran secara langsung atau lewat mulut ke mulut dengan mendatangkan langsung calon anggota member yang akan direkrut. Pemasaran yang dilakukan biasanya ada yang perorangan ada pula bersamaan secara team. Penjelasan yang disampaikan leadernya kepada calon anggota member adalah profil perusahaan, produk, marketing plan, kiat-kiat sukses dan keterbukaan sistem kerja. Pemasaran yang digunakan ini menggunakan praktik dari akad ijazah yang merujuk pada substansi fatwa No. 9/DSNMUI/IV/2000. Jadi strategi pemasaran dari marketing plan PT. Melia Sehat Sejahtera diperbolehkan karena praktik yang terjadi dilapangan sudah cukup dengan yang telah ditentukan oleh pemerintah Indonesia.<sup>18</sup>

Beberapa penelitian terdahulu memiliki perbedaan dan persamaan terhadap pembahasan yang akan diteliti oleh penulis. Persamaanya banyak yang mengacu pada pembahasan bisnis PT. Melia Sehat Sejahtera. Perbedaanya terletak pada subyek penelitian.

## **H. Sistematika Pembahasan**

Dalam rangka mempermudah proses penelitian dan membuat laporan, maka disusun sistematika pembahasan sebagaimana berikut yaitu bab pertama menjelaskan tentang pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, proses identifikasi, batasan masalah, rumusan penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

---

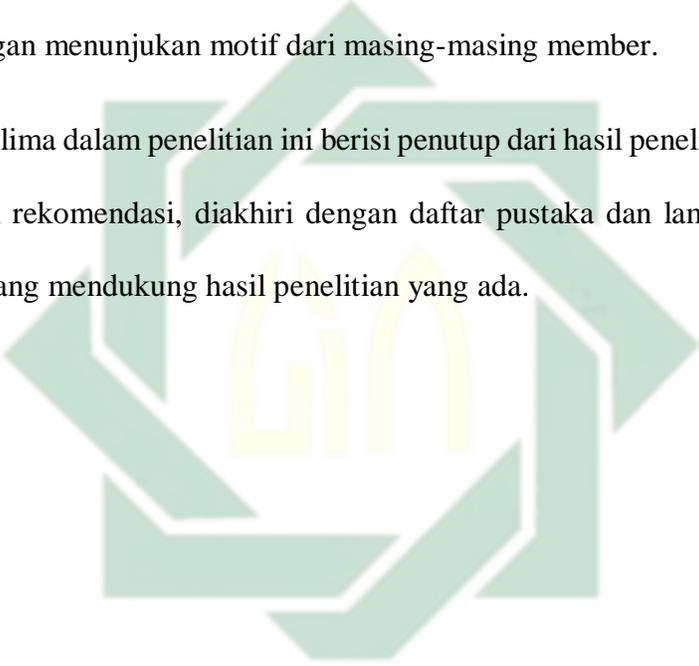
<sup>18</sup> Mujahidatun Nafis, "Penerapan Strategi Pemasaran di PT. Melia Sehat Sejahtera Cabang Bandar Lampung dalam Meningkatkan Penjualan Produk Herbal, Skincare, dan Kosmetik" (Skripsi-Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung, 2021), 88.

Bab kedua teori berisi pengertian komodifikasi, motif agama dalam mempengaruhi mindset bisnis seseorang serta memberi tinjauan atau studi kritis tentang pendekatan Weber dan Habermas dalam penjelasan etnik protestan dan studi kapitalisme.

Bab ketiga berisi profil subyek penelitian bisnis MLM studi kasus PT. Melia Sehat Sejahtera.

Bab keempat riset dari pemetaan para member MLM studi kasus PT. Melia Sehat Sejahtera dengan menunjukkan motif dari masing-masing member.

Bab kelima dalam penelitian ini berisi penutup dari hasil penelitian yang terdiri atas simpulan, dan rekomendasi, diakhiri dengan daftar pustaka dan lampiran-lampiran data dokumenter yang mendukung hasil penelitian yang ada.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Komodifikasi Agama

##### 1. Pengertian Komodifikasi

Komodifikasi berasal dari kata “*Commodity*” yang diserap dari bahasa Inggris “*Commodification*” yang artinya sesuatu yang diproduksi untuk dijual. Komodifikasi juga gabungan dari dua pengertian, komoditas dan modifikasi. Komoditas menurut KBBI adalah barang dagangan utama atau benda perniagaan, sedangkan modifikasi adalah perubahan sesuatu untuk menjadi baru. Jadi komodifikasi praktisnya adalah proses transformasi nilai kehidupan barang, jasa, atau gagasan menjadi objek dagang.

Vincent Mosco menjelaskan bahwa komodifikasi adalah proses merubah jasa, barang, bahkan komunikasi menjadi komoditas yang dianggap mempunyai nilai surplus karena manfaatnya. Produk komunikasi memiliki simbol yang dapat membentuk kesadaran masyarakat dan kesadaran inilah yang digunakan oleh para kapitalis untuk mempertahankan kekuasaannya. Dalam bukunya *the process of transforming use value into exchange values* yang artinya proses transformasi suatu nilai yang ditukar menjadi nilai tukar yang berharga yang ditetapkan oleh produsen. Mosco juga menjelaskan komodifikasi merupakan sebuah proses yang melibatkan perubahan atau transformasi pesan media menjadi produk yang dapat dipasarkan.<sup>19</sup>

Menurut Halim komodifikasi merupakan sebuah kata kunci yang bersembunyi dibalik media sebagai ideologi yang artinya upaya mendahulukan keuntungan dibandingkan tujuan fungsinya. Artinya komodifikasi sebagai cara perubahan nilai guna menjadi nilai tukar, hal ini dilakukan untuk kegiatan produksi maupun distribusi secara komoditas yang

---

<sup>19</sup> Muhlis Adi, “Etos Kerja dalam Ajaran Agama Islam Ditinjau dari Perspektif Max Weber”, (Skripsi-Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama UIN Mataram, 2020), 15

memprioritaskan daya ketertarikan tanpa mempertimbangkan guna fungsinya, agar diminati oleh banyak orang dan mendapatkan keuntungan yang lebih.<sup>20</sup>

Dalam penulisan Adorno dan Horkheimer dengan judul bukunya *The Culture Industry Enlightenment as Mass Deception* berpendapat komodifikasi itu terjadi dari hasil kemajuan suatu industri budaya, yang dimana pada zaman pra-industri benda-benda budaya masih diproduksi secara murni atau otonom, tanpa adanya campur tangan dari teknologi industri dari segala proses produksinya. Perkembangan teknologi, informasi, urbanisasi serta pertumbuhan ekonomi menjadi faktor pendorong komodifikasi serta mempengaruhi cara individu bertindak.

Komodifikasi juga erat berkaitan dengan kapitalisme. Kapitalisme merupakan sistem ekonomi yang dilihat dari hal milik dari privat seseorang atas sebuah produksi ataupun distribusi yang dimanfaatkan untuk mendapatkan laba yang begitu besar secara kompetitif. Sistem kapitalisme juga memberikan dampak yang sangat besar bagi kepentingan individual terhadap sumberdaya ekonomi ataupun faktor produksi dari pelaku ekonomi tersebut. Sistem ekonomi kapitalis ini sendiri mempunyai prinsip keadilan yang dianut oleh pelaku yaitu orang yang mendapatkan imbalan itu sesuai prestasi yang ia kerjakan, dan peran pemerintah disini sangat minim sekali karena pemerintah sendiri hanya mengamati ataupun melindungi. Kapitalisme sendiri memiliki pilar sistem ekonomi diantaranya lain, Dibina oleh tangan pribadi, hak milik swasta, memiliki pasar-pasar bebas (free market competition), individualisme ekonomi<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> A. Zaenurrosyid, Lucy, "Komodifikasi Agama dalam Islamic Tourism dan Aktivitas Ekonomi" *Jurnal Islamic Review*, Vol V, No.2 (2016), 115

<sup>21</sup> Winardi, *Kapitalisme Versus Sosialisme* (Bandung: Remaja Karya, 2000), 86

Dalam era globalisasi saat ini di tambah dengan sistem kapitalisme menghadirkan perkembangan kebudayaan di semua aspek kehidupan. Dalam hal ini menjadikan para pelaku industri memproduksi berbagai peralatan yang menjadi kebutuhan massa, sehingga benda peralatan yang sebelumnya terdapat nilai tinggi, dan otentik, oleh para pelaku industry di rubah secara massal menjadi benda yang penuh dengan perhitungan laba yang dibutuhkan oleh perusahaan.

Kapitalisme merupakan metode yang di susun oleh individual untuk menjadikan laba yang dimiliki berkembang secara profitable dan merujuk pada skala yang berstandar nasional maupun internasional. Perkembangan pasar internasional juga memicu terjadinya pengusaha kapitalis ditambah lagi revolusi inggris bersamaan dengan pertumbuhan kapitalisme pada abad ke-17. Revolusi ini disebabkan oleh kaum berjiwa yang mendapat ilham pencerahan tentang sudut pandang rasional yang akhirnya beranggapan bahwa kaum bangsawan ini adalah sebuah tantangan untuk kemajuan dan perkembangan bangsa.<sup>22</sup>

Berdasarkan beberapa pernyataan para ahli, dapat disimpulkan bahwasannya komodifikasi adalah suatu cara transformasi jasa ataupun barang yang awalnya di nilai kegunaanya menjadi komoditas yang lebih bernilai dengan perkembangan teknologi.

## **2. Kajian Komodifikasi Agama**

Agama menjadi sebuah doktrin atau teori yang sudah tercantum dalam masing-masing kitab suci yang dikaji dari berbagai teori sosial, historis, ekonomi, politik, dan dll. Menurut Kitiarsa komodifikasi agama adalah struktur historis yang mempersyaratkan kerangka kultural guna mempertegas signifikansi simbolik dan sosio-ekonomi. Proses

---

<sup>22</sup> M. Fakhurroji, Privatisasi Agama: Globalisasi dan Komodifikasi Agama, h.11

komodifikasi ini diciptakan dalam saluran ekonomi pasar lokal maupun global.<sup>23</sup> Komodifikasi agama tidak bertujuan untuk memproduksi bentuk ataupun gerakan keagamaan yang berlawanan dengan sebuah keyakinan dan praktik agama sebelumnya, namun komodifikasi akan menempatkan agama sebagai barang dengan melalui fungsi spiritual agama menjadi komoditas. Fungsi ini disesuaikan dengan kebutuhan manusia atas agama yang berlandaskan keyakinan pada Tuhan.<sup>24</sup>

Fungsi tersebut sepeham dengan teori tindakan sosial dari Max Weber yang tertuju pada motif dan tujuan seseorang. Teori dari Max Weber dapat digunakan untuk mengetahui tipe dari tindakan perilaku setiap individu maupun kelompok. Seseorang jika memahami perilaku dari masing-masing individu ataupun kelompok, sama halnya seseorang itu memahami dan menghargai alasan-alasan dari mereka melakukan suatu tindakan. Seperti halnya yang diungkapkan oleh Max Weber bahwa cara terbaik untuk kita memahami suatu tindakan individu atau kelompok adalah dengan menghargai bentuk tipikal dari tindakan yang dilakukan yang menjadi ciri khasnya. Sehingga kita bisa memahami alasan kenapa warga masyarakat melakukan tindakan tersebut<sup>25</sup>. Weber mengkategorikan empat tipe tindakan yang dapat dibedakan dalam konteks motif dari para pelaku yaitu: tindakan afektif, tindakan tradisional, tindakan rasionalis instrumental, dan tindakan rasionalitas nilai. Klasifikasi dari keempat tindakan tersebut, selanjutnya akan peneliti gunakan untuk menganalisis komodifikasi agama pada bisnis PT. Melia Sehat Sejahtera.

---

<sup>23</sup> Hasan, Niswa, "Syariah Branding: Komodifikasi Agama dalam Bisnis Waralaba di Era Revolusi Industri 4.0" (Probolinggo: Universitas Nurul Jadid, 2015), 68

<sup>24</sup> M. Fakhurroji, "Privatisasi Agama, 20.

<sup>25</sup> Pip Jones, Pengantar Teori-Teori Social: Dari Teori Fungsionalisme Hingga PostModernisme, (trj.) Saifuddin (Jakarta: Pustaka Obor, 2003), hal. 115.

Adapun penjabaran mengenai keempat klasifikasi tipe tindakan dari Max Weber tersebut yaitu sebagai berikut: Pertama, Tindakan Afektif yaitu tindakan yang dimana kondisi-kondisi dan orientasi emosional ditentukan oleh si pelaku. Kedua, Tindakan Tradisional yaitu tindakan yang sudah melekat atau tindakan yang telah ditentukan dari kebiasaan-kebiasaan secara turun-menurun yang sudah mengakar. Ketiga, Tindakan Rasionalis Instrumental merupakan tindakan yang bertujuan untuk suatu pencapaian atau tujuan dari pelaku secara rasional yang diupayakan sendiri oleh pelaku yang bersangkutan, para pelaku melakukan tindakan dengan harapan terhadap apa yang ingin dicapainya. Keempat, Tindakan Rasionalitas Nilai, yaitu tindakan rasional yang berdasarkan pada nilai, yang dimana nilai tersebut melibatkan kesadaran akan keyakinan dari suatu estetika, etika, atau bentuk lain dari perilaku yang semua itu terlepas dari berhasil atau gagalnya tindakan tersebut<sup>26</sup>.

Komodifikasi agama secara teoritis adalah suatu nilai agama yang dipertukarkan sebagai komoditas pasar. Dalam pemikiran Habermas, berkembangnya komodifikasi kehidupan termasuk agama oleh korporasi menyebabkan cara berfikir manusia berubah dari masyarakat tidak rasional menjadi rasional. Peningkatan komodifikasi agama menjadi bagian strategi yang utama dalam perekonomian berupa ajaran, solidaritas, ragam simbol, dan juga sentiment keagamaan. Misal, agama dikomodifikasikan oleh konsep kapitalis, artinya agama hanya terjebak pada kerangka simbolis-formalis semata pada perekonomian yang mengedepankan pencitraan dan kamufase. Pada akhirnya kapitalisme pada ruang public akan melahirkan reduksi sakralitas nilai agama yang

---

<sup>26</sup> Ibid..., 120

sebenarnya.<sup>27</sup> Hal itu serupa terjadi pada etika Protestan dari aliran Calvinisme yang di analisa oleh Weber dalam karya bukunya yang berjudul (*The Protestant Ethic of Spirit Capitalism*) teori kapitalisme ini bermula dari semangat keagamaan golongan protestan. Hal ini melibatkan sebuah agama menjadi doktrin untuk mencari keselamatan di akhirat melalui keterlibatan dalam etos kerja duniawi.

Weber pada kajiannya meneliti aliran Calvinis yang memberikan dampak besar terhadap kapitalisme modern sekaligus menjadi pelopor utama tentang studi relasi agama dan ekonomi. Aliran ini dalam praktiknya, kaum Calvinis sendiri menciptakan keselamatan bagi diri mereka sendiri, atau lebih tepatnya, mereka menciptakan suatu kepastian akan keselamatan. hal ini berarti bahwa Tuhan akan menolong mereka jika mereka telah menolong dirinya sendiri, penciptaan ini tidak terkandung dalam suatu akumulasi bertahap dari suatu perbuatan atau karya baik dari seseorang, tetapi terkandung dalam suatu pengontrolan diri yang sistematis yang tak dapat ditawar-tawar, yakni terpilih atau terkutuk. Pengembangan ajaran ini termanifestasi menjadi doktrin Calvinis bahwa kekayaan seseorang di dunia menjadi bukti keselamatan di akhirat kelak dan kaum ini menilai bekerja adalah sebuah ibadah yang akan dipertanggung jawabkan. Aliran ini sangat membenci dengan yang namanya seorang pengemis karena menurut pandangan mereka, seorang pengemis telah menggantungkan nasibnya pada orang lain bukan pada Tuhan.

Kerja keras umat protestatan terutamanya aliran calvinis ini merupakan suatu hal yang baik dalam kehidupan yang mereka jalani. Perlakukan kerja keras yang mereka perjuangkan menjadikan bentuk usaha keagamaan yang akan menjamin keselamatan pada dirinya yang sudah pasti mereka akan dapatkan. Pencarian keselamatan (*search of*

---

<sup>27</sup> A. Zaenurrosyid, Lucy, "Komodifikasi Agama dalam Islamic Tourism dan Aktivitas Ekonomi" *Jurnal Islamic Review*, Vol V, No.2 (2016), h.114

*salvation*) diartikan sejauh mana keselamatan pada seseorang akan terjadi itu berdampak langsung terhadap sesuatu perilaku individu yang dilakukan di kehidupan dunia. Akibat dari motivasi etos kerja keras ini mempengaruhi pada peningkatan ekonomi kehidupan mereka dengan cukup baik, seseorang mampu memfungsikan dirinya sebagai seorang wiraswasta yang tangguh dan tentu saja menjadikan dirinya mengikuti sistem ekonomi kapitalis. Selain itu, agama pun mendukung sistem kapitalis dan etos kerja setara institusi sekuler yang mendasari hierarki otoritas karismatik organisasi gereja umat protestan. Salah satu doktrin yang kuat dari aliran Calvinis yaitu bahwa mereka tidak akan mendapatkan ganjaran keselamatan oleh Tuhan, kecuali mereka sukses dalam kehidupan dunia.<sup>28</sup>

Mereka mempercayai bahwa nasib tidaklah berasal dari Tuhan, namun mereka sendiri lah yang mengubah nasibnya. Dalam mengatasi kecemasan dan ketakutan masyarakat barat khususnya penganut Calvinis, mereka bekerja keras mengumpulkan harta bendanya sebanyak-banyaknya. Karena penilaian bagi mereka orang kaya yang banyak hartanya adalah orang beriman dan pantas mendapatkan surge dari Tuhan, tapi sebaliknya dia yang miskin di nilai orang yang penuh dosa.

Komodifikasi agama dalam praktiknya tidak hanya dapat dipandang dalam cakupan kelayakan terhadap nilai agama saja, tetapi juga berdasarkan motif ekonomi dari pembeli dan penjual yang sering kali menjadi hal yang penting. Hal ini membuat agama sudah tidak menjadi sumber nilai dalam pembentukan gaya hidup, melainkan sebagai instrument bagi gaya hidup pribadi seseorang. Dan pada posisi inilah sisi religius dan bisnis menjadi terikat.

Dalam pemikiran Habermas, berkembangnya komodifikasi kehidupan termasuk agama oleh korporasi menyebabkan cara berfikir manusia berubah dari masyarakat tidak

---

<sup>28</sup> Yusup Priya, TW. Utomo, "Etika Protestan dan Spirit Kapitalisme" (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006), h.21.

rasional menjadi rasional. Agama tidak hanya mengalami kebangkitan, melainkan juga membangkitkan semangat gairah pada pengelola pelaku industri atau pemilik modal untuk bersaing mensyariahkan produknya supaya menyentuh pada sisi personal konsumen. Dalam hal ini harga pada obyek barang tersebut tidak lagi menjadi faktor penentu, karena ikatan emosional masyarakat pada agama sudah terjalin di dalamnya. Dalam praktiknya komodifikasi agama tidak hanya dipandang dalam lingkup kelayakan pada nilai agamanya, tetapi motif-motif ekonomi dari produsen dan konsumen justru menjadi hal yang dominan. Hal ini akan mereduksi nilai agama sehingga agama itu sendiri hanya akan terjebak dalam kerangka formalitas simbolis yang hanya mengutamakan pencitraan semata dan dalam ruang public akhirnya hanya mereduksi sakralitas nilai-nilai agama yang sebenarnya<sup>29</sup>.

Komodifikasi agama di Indonesia bisa dilihat dari media massa saat ini seperti di televisi yang menampilkan cerita kehidupan di sinetron ataupun dunia perfilman yang bernuansa islami di dalamnya. Ketika bulan Ramadhan tanpa disadari dan sudah otomatis media massa masuk dalam naungan komodifikasi agama. Contohnya film para pencari tuhan yang selalu di munculkan pada bulan Ramadhan dan salah satu pemilik ranting tertinggi hingga beberapa program lainnya yang menyentuh nilai-nilai religius, akibatnya perhatian para penonton mudah terjaring. Bulan Ramadhan juga diolah menjadi sesuatu hal yang dijual untuk mendatangkan keuntungan yang cukup besar. Melalui media massa televisi menjadi suatu arena yang memediasi antara hukum penawaran dan permintaan diantara para pelaku industry berbisnis dengan konsumen. Hal ini lah yang menjadikan bentuk komodifikasi agama islam melalui media dengan konsep pemasaran menjual “agama” oleh para pelaku bisnis untuk mendapatkan keuntungan lebih besar. Jelas sekali

---

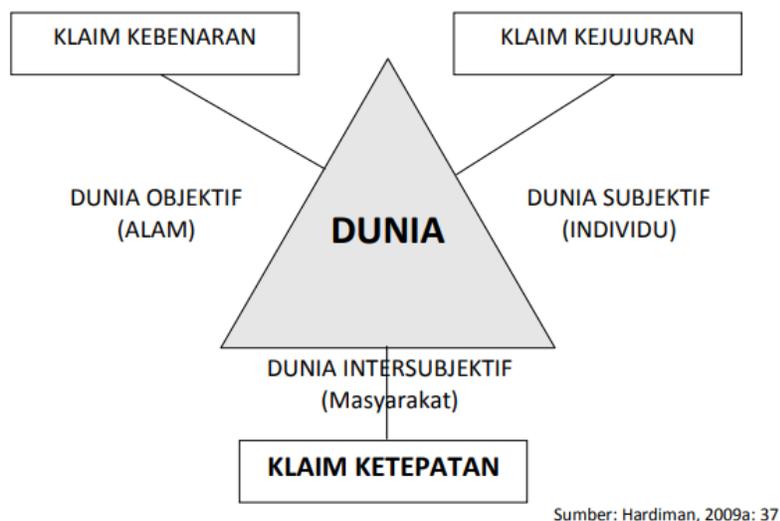
<sup>29</sup> Asmaul Husna, “Komodifikasi Agama: Pergeseran Praktik Bisnis dan Kemunculan Kelas Menengah Muslim”, *Jurnal Komunikasi Global*, Vol. 2, No. 2 (2018), 230

bahwa agama sebenarnya tidak semata-mata hanya menciptakan sebuah kerumunan konsumen sebagai pasar, tapi juga mengkonstruksi kerumunan sebagai komoditas yang bisa di perdagangkan untuk memperoleh keuntungan. Gejala komodifikasi ini merupakan sebuah konsekuensi yang tidak disengaja karena dunia telah memfasilitasi kemajuan teknologi khususnya dalam komunikasi dan informasi yang dapat meningkatkan komodifikasi islam.

Perkembangan teknologi serta pertumbuhan ekonomi menjadi faktor penggerak komodifikasi yang juga mempengaruhi cara seorang individu mengutarakan keimanannya melalui komunikasi dalam berbisnis. Habermas mengutarakan dalam teorinya tentang tindakan komunikatif bahwa aktivitas komunikasi mengarah pada klaim yang valid namun secara nyata berbeda, tetapi terkait dan saling melengkapi satu sama lain yaitu klaim kebenaran (truth), ialah klaim yang melibatkan tentang dunia alamiah objektif. Klaim ketepatan (rightness) adalah klaim tentang pelaksanaan norma-norma sosial. Klaim autensitas atau kejujuran (sincerety) adalah klaim tentang kesesuaian antara batin dan ekspresi, dan terakhir adalah klaim komphrensibilitas (comphrensibility),<sup>30</sup> yaitu klaim tentang kesepakatan sebab terpenuhinya tiga klaim di atas sebagai alasan yang mencukupi untuk pemufakatan bersama. Seperti yang dijelaskan pada bagan dibawah ini :

---

<sup>30</sup> Radita, Sandra, “Membangun Paradigma Komunikasi dalam Perspektif Habermas”, (Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Satya Negara Indonesia), 56



Bagan 3.2 Aktivitas Komunikasi

Teori Habermas menggunakan konsep rasionalitas. Teori konsep ini lebih berhubungan dengan bagaimana subjek yang bertindak dan berbicara serta konsep ini menggunakan pengetahuan dibandingkan dengan kepemilikan pengetahuan. Dalam narasi berbahasa, pengetahuan diungkapkan secara spesifik, sedangkan dalam tindakan perilaku yang berorientasi tujuan, kemampuan, pengetahuan diungkapkan secara tersirat. Percakapan (Know-How) ini secara esensial dapat diubah menjadi pemahaman (Know-That).<sup>31</sup> Jika mencari subjek secara gramatikal yang diikuti predikat “rasional”, maka muncul dua calon yaitu, pertama, individu yang mempunyai pengetahuan lebih atau kurang secara rasional. Kedua, ekspresi konotatif tindakan lingustik dan nonlinguistic serta tindakan komunikatif atau non komunikatif yang mengandung pengetahuan.

### B. Prinsip dan Nilai Islam dalam Bisnis

Komodifikasi bisnis dalam agama Islam hadir sebagai bentuk perayaan di hari raya besar keagamaan, di saat bulan Ramadhan idul fitri dan idul adha. Komodifikasi agama di

<sup>31</sup> Ibid, 70.

telaah menjadi bentuk yang sering kali digunakan menjadi komodifikasi Haji ataupun Zakat, hal ini juga serupa dengan fenomena yang menyebut dirinya ulama atau seorang ustadz yang *nota bene* nya selalu menganjurkan pada masyarakat agar bersikap sederhana tetapi dengan bangga mereka menjadi endorse yang di iklankan di layar televisi dan media sosial lainnya. dengan demikian *background* agama dijadikan para pelaku usaha untuk berbisnis guna mengeruk keuntungan dari kelompok tertentu<sup>32</sup>

Umat islam dalam perekonomian masih sangat sering bergantung dari negeri barat baik berupa produk ataupun jasa. Ketergantungan ini membuat orang barat memiliki keuntungan yang cukup banyak, mereka akan selalu berusaha agar umat islam tidak dapat memenuhi kebutuhan sendiri dan selalu bergantung pada mereka (orang barat). Pengaruh perekonomian dari barat ini yang menciptakan sebuah obyek ekonomi modern yang dimana banyak bertentangan dengan nilai-nilai agama islam.

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) nilai-nilai islam adalah nilai dalam islam yang merupakan bagian dari segi material yang terwujud dalam kenyataan pengalaman jasmani dan rohani. Nilai-nilai dalam islam juga merupakan level integritas dalam kepribadian seseorang untuk mencapai tingkat perilaku (insan kamil), nilai islam sendiri memiliki sifat yang mutlak kebenarannya secara universal. Kebaikan dalam beragama dan kebenarannya mampu mencegah seseorang dari berprasangka buruk, nafsu manusiawi, keinginan yang berlebihan, hal negative, keyakinan, mindset positif dan mampu melewati subyektifitas golongan, bangsa, ras, dan stratifikasi sosial. Seperangkat

---

<sup>32</sup> Muhlis Adi, "Etos Kerja dalam Ajaran Agama Islam", (skripsi-Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama UIN Mataram, 2020), 30

keyakinan di sertakan dengan perasaan positif akan memberi corak khusus kepada pola pemikiran dan perasaan, keterikatan maupun perilaku pada suatu individu.

Pakar ilmu ekonomi islam membuah sebuah pikiran atau ide berupa pengembalian pemikiran sistem ekonomi yang telah kehilangan segi keislamannya agar kembali pada sumber yang jelas kebenarannya yaitu rahmatan lil'alam. Sistem ekonomi yang sebelumnya bergantung pada sistem modern barat akan dikembalikan dengan sifat religius dan bernafaskan tauhid sesuai dengan sumber Al-Qur'an dan Al-Hadits. Tujuan mengembalikan pemikiran sistem ekonomi islam berdasarkan syariat tidak lain hanya untuk semakin dekat kepada Allah dan tidak kehilangan arah dalam hal keimanan. Selain itu umat islam yang mempercayai Allah akan senantiasa memberi landasan berbagai ilmu agar tidak terdiktomi dalam ilmu pengetahuan yang sudah terkontaminasi dari pemikiran barat.

Nilai-nilai islam dalam perekonomian secara literature perlu dikuatkan kembali untuk memberikan kekuatan akhlaqul karimah yang lebih baik lagi dalam segi muamalah, maka dari itu prinsip syariah yang terkontaminasi oleh pemikiran barat harus di murnikan kembali. Nilai-nilai Islam yang universal dapat di rumuskan untuk menjadi nilai sosio ekonomi<sup>33</sup>. Pada konteks penelitian secara rumusnya meliputi beberapa prinsip yaitu sebagai berikut :

### **1. Prinsip Keadilan**

Keadilan Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, keadilan diartikan sebagai sama berat, tidak berat sebelah, bersandar pada hal yang benar, dan bersandar pada

---

<sup>33</sup> Syafiq A Mughni, "Nilai-Nilai Islam Perumusan Ajaran dan Upaya Aktualisasi" (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001), 31

kebenaran<sup>34</sup>. Kata adil (al-'adl) diambil dari bahasa Arab, secara etimologi artinya pertengahan. Pengertian adil, dalam budaya Indonesia, berasal dari ajaran Islam. Secara terminologis, adil artinya menyandingkan dengan sesuatu yang lain, baik dari aspek nilai ataupun aspek ukuran, sehingga sesuatu itu tidak berbeda satu sama lain dan tidak berat sebelah. Dalam agama Islam adil merupakan segala sesuatu yang berpegang teguh pada Al-Qur'an dan Al-Hadist sebagai pondasi untuk memerintahkan perbuatan adil dan menyelesaikan sesuatu yang tidak adil. hal ini dijelaskan pada Al-Qur'an sebagai kitab panutan umat Islam. Dalam surat Al-Nahl ayat 90 Allah berbunyi dalam firmanNya :

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايَ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ  
وَالْمُنْكَرِ وَالْجَبْحِيِّ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ٩٠﴾

Artinya : Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.<sup>35</sup>

Islam mengajarkan kita ketika dalam kepemimpinan untuk bersikap adil dalam aktivitas apapun. Al-Qur'an menjelaskan dalam surah Al-Maidah ayat 8.

يَتْلُوهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ  
شِقَاقُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا أَعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ  
خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿٨﴾

<sup>34</sup> Depdiknas, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), hal. 8

<sup>35</sup> Al-Qur'an, 16:90.

Artinya :Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.<sup>36</sup>

Keadilan pada dunia perekonomian seperti proses distribusi, produksi, konsumsi dan lain sebagainya, tentunya keadilan diperlukan dalam mewujudkan untuk mengalokasikan keuangannya bagi orang yang tidak mampu atau melalui zakat, sedekah, infak, dan hibah.

## 2. Prinsip Kesederajatan

Kesederajatan berasal dari kata derajat yang artinya tingkatan, pangat atau martabat. Kesederajatan adalah kesamaan tingkat. Hasan Hanfi berpendapat dalam karyanya yang menjelaskan tentang tauhid bahwa kesatuan sosial masyarakat muncul tanpa memandang kelas, kaya ataupun miskin. Tauhid artinya kesatuan kemanusiaan tanpa memandang perbedaan ekonomi, tanpa diskriminasi ras, tanpa melihat masyarakat yang maju atau berkembang.

Islam mengandung prinsip-prinsip dasar tentang kebebasan, penghormatan dan persamaan terhadap sesama manusia. Persamaan dalam islam memandang semua manusia setara tanpa melihat latar belakang dari seseorang tersebut. Manusia diciptakan atas banyak perbedaan secara fisik akan tetapi ketika dihadapkan pada Allah manusia sama hanya berbeda dari segi ketakwaan saja, tetapi dihadapan antara

---

<sup>36</sup> Al-Qur'an, 5:8.

manusia satu dengan manusia yang lain sama derajatnya. Hal ini sesuai dengan al-Qur'an Surat Al-Hujurat Ayat 13 :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ □ وَأُنْثَى □ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا □ وَقَبَائِلَ □  
لِتَعَارَفُوا □ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ □ عِنْدَ اللَّهِ □ أَتَقْوَى □ إِنَّ اللَّهَ □ عَلِيمٌ □ خَبِيرٌ □ ۱۳

Artinya: Hai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling takwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal<sup>37</sup>.

#### 4. Prinsip Kepercayaan

Dalam menjalankan usaha ataupun kehidupan masyarakat memerlukan kepercayaan untuk menjaga keseimbangan kemajuan perekonomian sebuah institusi. Kepercayaan merupakan sebuah kunci untuk memelihara stabilitas industry termasuk lembaga keuangan. Konsep dalam ekonomi islam bentuk kepercayaan tidak hanya untuk menguatkan tetapi juga nuansa akhlakhul karimah yang berhubungan dengan suatu institusi dan masyarakat. Jika dalam hal muamalah nilai islam dengan kesadarannya dalam bertauhid menjadikan kekuatan jaminan ketika berbisnis. Prinsip kepercayaan memiliki beberapa nilai yang harus diemban masing-masing individu dalam berbisnis yaitu :

##### a. Jujur

<sup>37</sup> Al-Qur'an, 49:13.

Terjemahan dari bahasa Arab arti kata jujur sama dengan kata *shidiq*, dengan kata lain jujur adalah dapat dipercaya. Jujur lawannya adalah dusta. Jujur juga merupakan induk dari sifat terpuji dengan memberikan pernyataan yang benar sesuai kenyataan, dan mengatakan sesuatu apa adanya. Dalam dunia bisnis kunci keberhasilan seseorang ketika melakukan tindakan apapun adalah kejujuran, terlebih lagi ketika dalam transaksi jual beli didalamnya sering terjadi sengketa, karena banyak sekali terjadi kebiasaan seorang pembisnis yang melakukan penipuan dan melariskan barang dagangannya. Padahal didalam Islam perilaku untuk berlaku jujur dapat mendatangkan keberkahan. Rasulullah pun menjelaskan ” Sesungguhnya sebaik-baik usaha ialah usaha perdagangan, apabila mereka berkata tidak berdusta, apabila diamanahi tidak berkhianat dan apabila berjanji tidak mengingkari” (HR Muslim).

Sifat jujur ini selalu ditekankan pada pelaku bisnis yang dimana terkadang tidak bertemunya langsung dengan pembeli secara langsung dan si penjual hanya mengobrol janji serta mengelembui pembeli dengan tulisan, gambar menarik, audio semenarik mungkin yang tidak sesuai dengan kenyataannya

#### b. Amanah

Amanah dalam istilah secara etimologis berasal dari bahasa Arab dalam bentuk masdar (*amina-amanatan*) yang artinya jujur atau dapat dipercaya. Jika dalam bahasa Indonesia amanah berarti perintah, pesan, wejangan atau keterangan. Amanah secara pengertian terminology ada beberapa pendapat dari beberapa tokoh, diantaranya menurut Al-Araby yang berpendapat bahwa amanah adalah segala sesuatu yang diambil atas izin pemiliknya untuk diambil manfaatnya.

Menurut Ahmad Mustafa Al-Maraghi amanah diartikan sesuatu hal yang harus dijaga dan dipelihara agar sampai kepada yang berhak memiliki. Al-Maraghi membagi amanah menjadi 3 yaitu. Pertama, amanah manusia terhadap Tuhannya. Kedua, amanah manusia terhadap orang lain. Ketiga, amanah manusia terhadap dirinya sendiri. Jika di simpulkan dari dua tokoh tersebut amanah adalah menyampaikan hak apa saja pada pemiliknya dengan sebenarnya, tanpa melebihi atau mengurangi hak orang lain, baik berupa jasa ataupun harga yang telah ditentukan.<sup>38</sup>

#### 4. Prinsip Etos Kerja

Etos kerja dalam islam merupakan keharusan yang dimiliki seseorang dan bekerja keras adalah bagian dari akhlaqul karimah yang wajib dimiliki oleh setiap muslim. Individu diharuskan untuk berusaha secara optimal agar memperoleh hasil yang maksimal. Kerja keras juga kerja pikir secara serius dengan konsisten dalam melakukan sebuah pekerjaannya. Tanpa kerja keras pun manusia tidak akan bisa bertahan untuk hidupnya. Seperti yang dijelaskan dalam surah At-Taubah ayat 105

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ  
وَسَتُرَدُّونَ اِلَىٰ عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Artinya: Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan."<sup>39</sup>

Bekerja keras dalam mencari rezeki, memberi nafkah kepada diri sendiri dan keluarga untuk memenuhi kebutuhannya menjadi tanggung jawab di dunia ini yang

<sup>38</sup> Ima, Aan, "Pengaruh Nilai Islam Terhadap Kinerja Kerja", *Jurnal Mimbar*, Vol. 29, No. 2 (2013), 30.

<sup>39</sup> Al-Qur'an, 9:105.

sudah menjadi tanggung jawab dalam ajaran islam. Tuhan juga menyuruh para umatnya untuk mencintai pekerjaannya serta menghargai pekerjaan orang lain. Dalam Al-Qur'an surah Saba' ayat 39 juga sudah menjelaskan tentang mencari rezeki.

قُلْ إِنَّ رَبِّي يَبْسُطُ الرِّزْقَ لِمَن يَشَاءُ مِنْ عِبَادِهِ وَيَقْدِرُ لَهُ وَمَا أَنفَقْتُمْ مِنْ شَيْءٍ فَهُوَ يُخْلِفُهُ وَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ

Artinya : Katakanlah: "Sesungguhnya Tuhanku melapangkan rezeki bagi siapa yang dikehendaki-Nya di antara hamba-hamba-Nya dan menyempitkan bagi (siapa yang dikehendaki-Nya)". Dan barang apa saja yang kamu nafkahkan, maka Allah akan menggantinya dan Dialah Pemberi rezeki yang sebaik-baiknya.<sup>40</sup>

## 5. Prinsip Ketentraman

Definisi ketentraman pada dasarnya adalah suatu keadaan yang aman dan teratur, tidak adanya kerusuhan dan kekacauan, sehingga membuat masyarakat yang bekerja pun tenang, terarah sesuai peraturan yang telah berlaku, dan terciptanya kelancaran dalam bekerja. Menurut falsafah Al-qur'an, aktivitas yang dikerjakan oleh manusia patut untuk mendapatkan falah (ketentraman dan kebahagiaan) untuk memperoleh kesejahteraan dunia akhirat. Pencapaian falah ini adalah tujuan akhir dalam aktivitas ekonomi atau muamalah yang harus diselaraskan dalam islam antara kebutuhan material dan spiritual, sehingga menciptakan ketentraman lahir batin.<sup>41</sup>

<sup>40</sup> Al-Qur'an, 34:39.

<sup>41</sup> Ima, Aan, "Pengaruh Nilai Islam Terhadap Kinerja Kerja", *Jurnal Mimbar*, Vol. 29, No. 2 (2013), 37

Dalam dunia bisnis, ketentrangan dapat diaplikasikan seperti tidak adanya unsur riba, terhindar dari aktivitas yang melibatkan spekulasi (gharar), Tidak memproduksi produk-produk yang bertentangan dengan nilai Islam, berkaitan dengan halal dan haram.

## **B. Kajian Tentang Multi Level Marketing**

### **1. Pengertian Multi Level Marketing**

Multi level marketing adalah salah satu sistem pemasaran yang melibatkan para konsumen sebagai jaringan distribusi untuk proses pemasarannya. Asal kata dari multi level marketing terbagi menjadi 3 makna. Multi artinya banyak, level artinya tingkatan, dan marketing artinya pemasaran, sehingga jika di satukan artinya sistem pemasaran yang banyak dan berjenjang. Sistem pemasaran MLM ini memberikan bonus pada konsumen ataupun membayarnya agar terikat langsung sebagai penjual dan dapat meraih keuntungan pada satu jalur garis kemitraannya. Member yang telah tergabung akan mengajak pihak lain untuk ikutan menjadi member di bawahnya dengan proses rekrutmen sehingga jaringan bisa semakin berkembang. Keberhasilan member dalam rekrutmen untuk menambah anggota memberi keuntungan pada perusahaan dan menaikkan omzet, oleh sebab itu member yang berhasil mencapai target maksimum akan mendapatkan keuntungan dalam bentuk intensif berupa bonus. Multi level marketing sering kali disebut dengan *network marketing*, karena memiliki sistem yang anggota kelompok semakin berkembang dan banyak sehingga menciptakan sebuah *network* (jaringan kerja) yang bertugas melakukan pemasaran berupa sekumpulan banyak orang.

Muslich memberi pendapat bahwa MLM salah satu sistem pemasaran berjenjang yang modern melalui sistem jaringan distribusi yang dibangun secara permanan dan

memberikan posisi konsumen sebagai tenaga pemasar. Jika menurut Harefa MLM adalah sistem pemasaran atau sistem penjualan secara langsung atas suatu produk berupa barang dari perusahaan ke konsumennya. Sehingga tidak ada biaya distribusi yang dikeluarkan dari pihak perusahaan, selain itu sistem pemasaran ini tidak memerlukan yang namanya biaya promosi karena sudah di tangani langsung prosesnya oleh para member MLM dengan sistem berjenjang.<sup>42</sup>

Dalam MLM dikenal dengan istilah member yang artinya orang yang berjasa dalam memasarkan produk perusahaannya secara tidak langsung dengan membangun pondasi formasi jaringan. Pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan MLM melibatkan level atau tingkatan yang biasa di sebut istilah *upline* (tingkat atas) dan *downline* (tingkat bawah). Seorang member yang dikatakan *upline* apabila mempunyai *downline* atau member dibawahnya dengan jumlah minimal satu. *Upline* merupakan member yang sudah bergabung terlebih dahulu, sedangkan *downline* adalah anggota baru yang telah di rekrut oleh promotor atau upline. Umumnya upline dan downline ini mencerminkan hubungan tinngkatan level yang berbeda secara horizontal maupun vertical.

Adapun penjelasan mengenai kelebihan dan kekurangan multi level marketing. Kelebihan yang dimiliki MLM adalah bisa memperluas relasi untuk berbisnis, dapat membentuk jiwa personal *selling* secara kuat karena setiap uplinenya harus mengasah keahlian komunikasi atau ikatan emosional pada downlinenya, proses registrasi untuk bergabung di bisnis ini cukup mudah dan murah di tambah lagi dengan motivasi tinggi yang selalu di berikan oleh para leader untuk kesuksesan, tidak melihat latar belakang seseorang serta tanpa adanya batas usia maksimum dan yang paling di minati oleh setiap

---

<sup>42</sup> Santoso, Benny, "All About MLM", (Yogyakarta: Andi Media, 2003), 30.

orang bisa menambah penghasilan *passive income* yang menjanjikan sebagai tambahan gaji tiap bulannya. Kekurangan yang dimiliki perusahaan MLM pun sebagai berikut. Pertama, uang dari para member yang digunakan untuk bisnis ini tidak ada jaminan dari pemerintah dalam hal keamanan, karena besar kemungkinan uang yang sudah berada di perusahaan MLM tidak bisa dikembalikan. Kedua, MLM memiliki dampak negative terhadap usaha sektor riil atau sektor nyata seperti industri pertanian, perdagangan, pertambangan, minimarket, *tour&travel*, pujasera dan sebagainya. Karena jika sudah banyak peminat dari bisnis MLM maka sudah pasti akan mengurangi produktivitas masyarakat untuk bekerja menjadi karyawan dan perputaran uang yang terjadi hanya akan ada pada ruang lingkup MLM itu sendiri. Ketiga, setiap member MLM bukan menjadi seorang pengusaha, melainkan hanya seorang pengikut yang di rekrut pada suatu sistem hirarki yang rumit. Member MLM sendiri memiliki kendali yang cukup sedikit karena mereka sudah dikendalikan oleh sistem yang berlaku di dalamnya.<sup>43</sup>

Berdasarkan pendapat beberapa para ahli, dapat disimpulkan pengertian MLM yaitu sistem pemasaran secara berjenjang. Struktur member yang ada di bisnis MLM ini menggunakan struktur piramida yang dimana orang dengan posisi diatas memiliki tingkatan lebih tinggi. MLM juga sering disebut *network marketing* yang membentuk jaringan kerja sebagai sarana sistem pemasarannya. Para member yang dikatakan sebagai pelaku MLM ini fokus untuk membangun jaringan berantai di bawahnya. Di dalam rekrutmen member pun atau ketika menjualkan barang sang member diwajibkan untuk memenuhi target dari perusahaan supaya mendapatkan bonus ataupun reward yang menjadi iming-iming semata.

---

<sup>43</sup> Santoso, "All About MLM, 35.

Seseorang ketika menjalankan bisnis MLM ini akan menjadi kepribadian yang mandiri dalam menciptakan penghasilannya sendiri secara bebas tanpa terikat waktu, dapat juga meningkatkan kecerdasan finansial melalui bonus-bonus yang di dapatkan tanpa mengganggu waktu utama dalam bekerja.

## 2. Macam-Macam Jenis MLM di Indonesia

Ada beberapa jenis sistem multi level marketing. Yang pertama, sistem Binary Plan yang merupakan sistemn dengan memprioritaskan perkembangan jaringan pada dua kaki saja dan bonus yang akan di peroleh akan semakin besar jika jaringan tersebut seimbang kanan kiri dan semakin berkembang, namun sebaliknya jika tidak seimbang kanan kiri maka bonus tidak cair dan malah akan mengalir ke perusahaan. Perusahaan yang menerapkan sistem Binary ini relative cepat untuk berkembang dan memberinya pun akan semakin mendapat bonus yang makin besar. Terkadang para member dari perusahaan ini untuk mendapatkan bonus dari penjualan produknya ataupun dari hasil perekrutan member akan memberi beberapa peraturan di dalamnya. Kedua, sistem Matrix ini lebih mengembangkan jaringannya dengan konsep *three frontline* atau tiga kaki hingga terus kebawah. Sistem jenis ini hadir untuk mensiasati sistem MLM Binary yang terkadang dianggap seperti *money game*. Ketiga, sistem Break Away ebih dominan mengembangkan jaringannya dengan mengedepankan kelebaran yang artinya bonus member akan di peroleh jika *frontline*-nya semakin besar dan banyak, namun kelemahan dari sistem ini mengharuskan setiap membernya mengatur semuanya sendiri.<sup>44</sup>

---

<sup>44</sup> Marimin, "Bisnis Multi Level Marketing dalam Pandangan Islam", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vo. 2, No. 2, (2016), 67

Dari beberapa sistem MLM yang sudah dijelaskan perusahaan selalu memberikan target atau peringkat dengan melakukan iming-iming jika hasilnya besar. Berikut ini saya paparkan beberapa Macam-macam MLM yang berkembang di Indonesia yang pertama ada PT. Herbalife Indonesia, perusahaan MLM ini berbasis dari negara Amerika Serikat yang meluncurkan sebuah produk formula penurunan berat badan pada bulan february 1980 oleh Mark Hughes. Herbalife secara resmi masuk di Indonesia di tahun 1998 yang berfokus pada kesehatan terutama suplemen nutrisi, perawatan kulit dan rambut. Ketika seseorang ingin bermitra dengan PT. Herbalife diwajibkan untuk menjadi member agar bisa dibekali pembelajaran dalam segi penjualan, marketing, iklan dan promosi untuk lebih mudah menjalankan bisnisnya. Tetapi dalam praktiknya ada beberapa pelanggaran kode etik oleh para member.

Kedua MLM Tupperware yang didirikan pada tahun 1973 di Amerika Serikat oleh seorang ahli kimia yaitu Mr. Earl Silas Tupper dengan nama perusahaannya *Tupper Plastic Company*. Produk plastik ini di jual mulai tahun 1946 melalui katalog dan toko. Berkembangnya perubahan ini melalui penyebaran katalog dari tangan ke tangan konsumen. Selain itu, pemasaran produk ini juga dari mulut ke mulut konsumen yang sudah memahami manfaat dari kegunaan produk ini, cara penjualannya yang sering dilakukan dengan membawa produk dari rumah ke rumah atau di sebuah acara untuk di presentasikan atau di promosikan agar bisa menarik pembeli<sup>45</sup>.

Ketiga MLM Tiens Syariah yang berasal dari China. Tiens di dirikan oleh Mr. Li Jin Yuan di Thianjin Cina pada tahun 1995. Bisnis ini mulai berkembang di pasar

---

<sup>45</sup> M. Lukman, "Analisis Bisnis MLM Perusahaan Herbalife Nutrition Berdasarkan Fatwa MUI NO 75/DSN MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang", (Skripsi- Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2019), 9.

Internasional pada tahun 1997 hingga saat ini menjadi grup multinasional yang mencakup bidang manajemen kesehatan, dan bioteknologi. Tiens menjadi salah satu perusahaan bisnis terkemuka di Cina yang mengadopsi sistem *Network Marketing*. Sistem pemasaran dari bisnis ini selain mempromosikan produknya secara eceran tetapi juga perekrutan member untuk dijadikan distribusi di bawahnya dengan sistem *upline downline*. Perekrutan anggota baru dalam bisnis Tiens terdapat pelatihan yang berhak di ikuti setiap membernya serta adanya komisi atau bonus untuk tiap levelnya. Untuk mendapatkan hasil yang maksimal setiap upline harus mengontrol hasil dari penjualan produk dari anggota baru yang di rekrut (*downline*) di dalam organisasi jaringan di bawahnya.<sup>46</sup>

Keempat MLM PT. Natural Nusantara (NASA) yang berasal dari Yogyakarta, Indonesia. Perusahaan ini berdiri pada tanggal 1 Oktober 2002 dengan memasarkan produk yang di awal kemunculannya memproduksi barang di bidang agrokomples seperti pada perikanan, pertanian, dan perkebunan. Produk-produk Agrokomples ini bersifat bahan alami atau organik agar ramah lingkungan. Di samping itu dalam perkembangannya perusahaan NASA menciptakan produk kecantikan kosmetik seperti lipstik, *day cream*, *night cream*, *powder*, *body lotion* hingga produk rumah tangga lainnya. produk NASA dikenal oleh masyarakat sebagai produk herbal dan organic dengan mutu tinggi dan juga sudah menyebar di berbagai daerah di Indonesia, bahkan perusahaan ini juga bekerja sama deri pihak asing. Cara pemasaran produk NASA tidak jauh beda dari perusahaan MLM lainnya yang dimana bagi para konsumen akan diberi kesempatan untuk menjalankan bisnisnya sehingga mereka bisa mendapatkan keuntungan lebih banyak sekaligus, yaitu sebagai konsumen dan anggota member yang telah terdaftar pada network marketing. Agen

---

<sup>46</sup> Maharani, "Eksistensi MLM Tiens Syariah dalam Peningkatan Kesejahteraan Anggota di Kota Parepare", (Skripsi- Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam IAIN Parepare, 2020), 30

dalam perusahaan NASA ada dua kategori yaitu distributor dan stockiest, distributor adalah seseorang yang hanya terdaftar sebagai member dan proses ordernya harus melalui stockist terdekat, sedangkan stockist adalah seseorang distributor yang sudah mencapai target dalam memenuhi syarat untuk pencapaian level berikutnya agar langsung bisa mengorder produk ke perusahaan dalam jumlah yang lebih banyak. Jadi intinya seorang stockist sudah pasti menjadi distributor, tetapi seorang distributor belum tentu menjadi stockist

Kelima, MLM Paytren yang dikelola oleh Ustadz Yusuf Mansyur salah satu ustadz yang cukup terkenal bagi masyarakat Indonesia. Dalam perjalanan karirnya disamping menjadi Ustadz beliau juga merintis perusahaannya yang bernama PT. Veritra Sentosa Internasional. Awal didirikan perusahaan ini beliau melihat keprihatinan asset negara beralih kepemilikan ke tangan negara asing, serta melihat pasar tradisional mengalami kesulitan dalam bersaing dengan pasar modern yang lebih mempunyai modal besar. Gagasan yang dimunculkan oleh Ustadz Yusuf Mansyur adalah mengembangkan sebuah software *all payment gateway* dan penjualan pulsa secara elektrik. Dengan adanya fasilitas tersebut dapat membantu perekonomian untuk toko tradisional yang minim modal dalam melakukan pelayanan seperti penjualan pulsa GSM/CDMA, tagihan internet, TV kabel, tiket transportasi, dan pembayaran listrik maupun PDAM. Sehingga dapat meningkatkan keuntungan dan menjadi bisnis yang dijalankan bersama-sama. Strategi yang dilakukan dalam aplikasi Paytren ini cukup canggih dengan memanfaatkan kemajuan teknologi yang lagi berkembang pesat ditambah lagi fitur sosok seorang ustadz yang dimana sudah tidak asing lagi dikenal oleh masyarakat dengan jumlah pengikutnya pun tidak sedikit sehingga hal ini menjadikan keyakinan untuk masyarakat bahwa setiap kegiatan yang dilakukan oleh beliau (Ustadz Yusuf Mansyur) bernilai hal positif kebaikan

khususnya nilai-nilai dalam ajaran islam yang menutamakan keberkahan dari setiap aktifitas. Sistem yang digunakan dalam bisnis ini pun tidak luput dari sistem MLM lainnya, bahwa bisnsi paytren menggunakan sisten binary dua kaki (kanan dan kiri) bahwa ketika kita bisa mendaftarkan mitra baru di bawah kita dalam network lisensi paytren kita akan mendapatkan komisi penjualan.



### BAB III

#### PROFIL SUBYEK PENELITIAN

##### A. Sejarah PT. Melia Sehat Sejahtera

Sejarah melia sehat sejahtera sebelum berdiri di Indonesia bernama PT. Summit Indonesia yang berkantor pusat di Malaysia pada tahun 2001. Di Indonesia pada tahun 2003 perusahaan ini di dirikan oleh bapak Sukur H Nababan di Jakarta Selatan. Ketika perusahaan ini mengalami krisis ekonomi pada pertengahan tahun 2005, untuk memperkuat manajemen keuangan dan permodalan kepemilikan perusahaan ini diambil alih oleh perusahaan dari Australia, Sidney yang memiliki pabrik propolis terbesar yaitu, Mother Nature Health Product.

Mother Nature Health Product merupakan perusahaan besar yang berlokasi di Sidney, Australia yang memiliki jaringan perdagangan di berbagai counter duty free di bandara-bandara ternama di berbagai daerah dengan memproduksi produk melia propolis. Perusahaan ini memiliki kekuatan dalam berdistributor karena, perusahaan ini memasarkan produknya tidak hanya melewati sistem penjualan berjenjang atau biasa disebut multi level marketing (MLM) tapi juga penjualannya langsung exclusive store di duty free area di beberapa airport. Jadi sistem perusahaan ini tidak sama seperti perusahaan lainnya yang menggantungkan omzetnya hanya pada member MLM nya, dan dipastikan perusahaan ini memiliki kekuatan juga dalam keuangan.

PT. Melia Nature Indonesia adalah perusahaan yang menggunakan metode pemasaran jaringan atau Multi Level Marketing (MLM). Perusahaan ini mempunyai website resmi yang dapat diakses 24 jam setiap hari oleh member di <http://www.melianature.com/> . PT. Melia Nature mempunyai surat izin usaha penjualan berjenjang (IUPB) pada tahun 2003 yang dikeluarkan langsung oleh Direktorat

Perdagangan Dalam Negeri Departemen Perdagangan Republik Indonesia No. 61/PDN/IUPB/XII/2003, namun selanjutnya pada tahun 2006 surat izin tersebut diperbarui menjadi IUPB No. 01/PDN/IUPB-PB/1/2006. Seiring berjalannya waktu perusahaan yang semakin berkembang ini sesuai dengan peraturan perundang-undangan, IUPB tersebut diganti menjadi Surat Izin Usaha Penjualan Langsung (SIUPL) dengan nomor registrasi : 62/PDN-2/SIUPL/PP/10/2005. Tentang peraturan perusahaan yang berlaku di Indonesia.

Produk PT. Melia Nature Indonesia merupakan produk yang sudah berstandar internasional dengan kualitas kesehatan yang terjamin. Proses produksi produk ini mempunyai standar produksi tinggi melalui proses *Good Manufacturer practice* (GMP). Produk ini juga sudah berstandar Internasional dari lembaga kesehatan di bawah PBB yaitu *World Health Organization* (WHO) yang merupakan organisasi kesehatan dunia. Di Australia produk Melia Nature sudah memiliki surat izin dari TGA (*Theurapeutic Goods Administration*). Tidak hanya dari dunia aja, bahkan dari Indonesia pun juga sudah melegalkan produk melia propolis dan melia biyang.

Di Indonesia PT. Melia Nature ini memiliki surat izin dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) yang aman untuk dikonsumsi dan tidak memiliki efek samping apapun. Perusahaan ini mempunyai produk melia propolis yang terbuat dari air liur lebah yang memiliki kandungan *Bioflavonoid* yang dapat menjaga kesehatan tubuh manusia dari serangan berbagai macam penyakit yang diakibatkan oleh virus, bakteri, dan jamur, serta juga mampu meningkatkan sistem kekebalan tubuh manusia dengan cepat, dapat mendetoksifikasi, menjadi antibiotic alami, memiliki anti oksidan yang tinggi sebagai zat anti kanker, dan sebagai imunitas tubuh manusia dengan produk melia propolis. Dengan ikhtiar mengkonsumsi melia propolis ini dapat mengobati secara holistic ataupun

menyeluruh dari penyakit dalam maupun dari luar dapat diobati, bahkan tidak hanya manusia yang dapat mengkonsumsi karena hewan ataupun tanaman juga bisa mengkonsumsi. Sedangkan produk melia biyang yang mengandung Kolostrum (susu awal ibu sapi) untuk obat awet muda yang juga berkhasiat merangsang Kelenjar Pituitary manusia agar kembali memproduksi HGH (*Human Growth Hormon*) sehingga dapat menunda penuaan dini. Ujar, Dr. Daniel Rudman “penggunaan Human Growth Hormon selama 6 bulan secara teratur akan mampu memperlambat penuaan selama kurang lebih 20 tahun dari usia sebelumnya”. Kegunaan produk melia biyang sendiri untuk meregenerasi sel, menunda proses penuaan dini, mengembalikan sistem agar jauh lebih baik, menjaga kekebalan tubuh, meningkatkan kekuatan tulang, menambah stamina fisik dan mental, serta dapat merangsang atau memperbaiki organ vital seperti : otak, jantung, hati, pancreas, limpa, ginjal.

Pada awal tahun 2006 para distributor Melia Nature Indonesia ketika melakukan acara-acara atau seminar di berbagai tempat, mereka merasa tenang dan bangga dalam menjalankan bsinisnya karena pada saat itu Mother Nature adalah pemilik utama (*major share holders*) dari PT. Melia Nature. Artinya perusahaan Melia Nature Indonesia sudah di *back up* langsung oleh perusahaan yang beromzet raksasa. Jadi bukan lagi perusahaan MLM yang berkelas garasi, tetapi sudah berkelas dunia.

Pada tahun 2012 bulan September secara resmi nama PT. Nature Indonesia berganti nama menjadi PT. Melia Sehat Sejahtera dengan produk yang sama, serta sistem dan aturan yang sama persis dengan sebelumnya. Hal ini menjadikan para member dan pemimpin mempunyai karakter baru dan harapan yang baru dalam menunjang perekonomian ekonomi. Karena dari nama tersebut memilih arti atau personal branding yaitu dari kata

“sehat” agar semua member dan konsumen memiliki kesehatan yang prima dengan produk andalan yaitu melia propolis dan melia biyang, serta dari kata “sejahtera” agar semua member juga memiliki kesejahteraan dalam perekonomian secara finansial untuk kehidupan keluarganya dan impian masa depannya. Saat ini kantor pusat dari PT. Melia Sehat Sejahtera berada di Jl. Minangkabau No. 58, Pasar Manggis, Setia Budi, Graha Grace, Jakarta Selatan. Penamaan Grace tersebut diambil dari nama anak pertamanya bapak Sukur H Nababan yaitu Grace Laura. Adapun logo yang dimiliki PT. Melia Sehat Sejahtera sebagai berikut:

1. PT. Melia Sehat Sejahtera



**Gambar 1.1**

**PT. Melia Sehat Sejahtera**

(sumber : [www.logomeliasehatsejahtera.com](http://www.logomeliasehatsejahtera.com) ) diakses pada tanggal 22 Januari 2022

Ir. Sukur Nababan menciptakan logo PT. Melia Sehat Sejahtera bertujuan untuk tersebut memiliki penjelasan filosofinya yaitu, bendera merah putih artinya melambangkan bahwa member melia hanya khusus diperuntukan oleh warga negara penduduk Indonesia. Garis melengkung warna putih seperti payung itu artinya kelegalitas perusahaan yang dilindungi oleh negara dan banyak nya *support system* dari berbagai daerah di Indonesia dari sabang sampai merauke yang akan membantu saling bekerja sama untuk semua

member PT. Melia Sehat Sejahtera. Gambar hijau seperti manusia itu artinya kesatuan para member dan ada orang yang besar itu artinya adanya grup leader yang akan membantu dan mengayomi para member hingga sukses dan berhasil. Garis hitam lengkung keatas itu artinya bahwa PT. Melia Sehat Sejahtera ini memiliki 5 pilar landasan kenapa melia layak untuk dikerjakan.

## 2. ESN (*Excellent Strategy of Network*)



**Gambar 1.2**

### **PT. Melia Sehat Sejahtera (ESN)**

(sumber : [www.logomeliasehatsejahtera.com](http://www.logomeliasehatsejahtera.com) ) diakses pada tanggal 22 Januari

2022

Logo kedua yang dibuat oleh bapak Ir. Sukur Nababan ini adalah lambang *Excellent Strategy of Network* yang artinya strategi pembelajaran dari perusahaan jaringan PT. Melia Sehat Sejahtera. Logo tersebut juga memiliki filosofi, seperti yang sudah dijelaskan bahwa warna merah putih itu menandakan member hanya di khususkan untuk warga Negara Indonesia. Gambar manusia warna hitam yang melingkar itu melambangkan bahwa member di melia ini terdiri dari berbagai daerah suku, agama, ras, dll yang menyatu bersatu untuk berjuang bersama tanpa melihat pandang bulu siapapun entah orang cacat, entah orang tua, di perusahaan ini adil tidak melihat latar belakang semua bisa merasakan kesuksesan bersama.<sup>47</sup>

---

<sup>47</sup> Buku Panduan Melia, 45.

Pendiri PT. Melia Sehat Sejahtera di Indonesia bapak Ir. Sukur Nababan termotivasi untuk menciptakan bisnis *Multi Level Marketing* ini karena di Indonesia begitu buruk pandangan banyak orang ketika mendengar bisnis MLM bahkan ketika ditawarkan pun sudah enggan untuk ikutan. Sukur H Nababan melihat bahwa sudah banyak pelaku bisnis *Multi Level Marketing* sendiri mengalami kegagalan. Beliau berkata bahwa mereka mengalami kegagalan itu karena kesalahan para *Networker* yang hanya selalu memberi keuntungan yang berpihak pada perusahaan saja. Dengan kata lain *Marketing Plan* yang mereka ciptakan itu tidak adil sepenuhnya untuk kesejahteraan para member.

Faktor-faktor penyebab kegagalan yang sering dilakukan oleh para *Networker* dalam berbisnis *Multi Level Marketing* itu dijabarkan sebagai berikut, pertama perusahaan yang memiliki sistem pembayaran 30-45 hari kerja atau adanya target tutup point yang harus dikejar oleh para member. Kedua, perusahaan MLM dengan perhitungan bonus yang tidak masuk akal dan menguntungkan orang yang duluan gabung. Ketiga, perusahaan memberlakukan sistem *reward* dengan menjanjikan sebuah hadiah-hadiah seperti motor, rumah, mobil, jalan-jalan luar negeri, kapal pesiar, dan masih banyak lagi yang kemudian memberikan peringkat ataupun level untuk mendapatkan hadiah tersebut. Keempat, perusahaan yang sistem kerjanya seperti matahari ataupun cari-cari orang untuk mendapatkan bonus. Kelima, penjualan barang yang tidak sesuai dengan harga di pasaran yang hal itu tidak logika sama sekali. Hal itulah yang akhirnya Sukur H Nababan menciptakan perusahaan *Multi Level Marketing* yang sebenarnya ini menjadi peluang bagi banyak orang jika mempunyai sistem yang benar dan dapat mensejahterakan perekonomian bangsa Indonesia.

PT. Melia Sehat Sejahtera menciptakan 5 pondasi atau 5 pilar yang membuat perusahaan ini berdiri kokoh sampai saat ini. Lima pilar yang di ciptakan oleh bapak Ir. Sukur Nababan yang pertama adalah *Company Profile* yang di mana profil dari perusahaan ini legalitasnya sudah cukup teruji dari pemimpinnya yang sekaligus menjadi anggota DPR RI. Pada tahun 2010 Brigjen Polri Bapak Zainuri Lubis juga mendukung sepenuhnya keberadaan PT. Melia Sehat Sejahtera yang ketika itu berkembang sangat pesat di Indonesia di tambah lagi dengan surat izin legalitas perusahaan ini yang menjadikan kekuatan besar di profil PT. Melia Sehat Sejahtera.

#### **B. Visi dan Misi PT. Melia Sehat Sejahtera**

Visi dan misi dari PT. Melia Sehat Sejahtera itu sendiri adalah, memberi jaminan kesehatan untuk masyarakat dari produk-produk yang berkualitas dan sudah terpercaya yaitu melia propolis dan melia biyang. Sedangkan misinya adalah memberikan solusi perekonomian secara finansial kepada masyarakat Indonesia, menciptakan peluang sistem yang berjenjang secara revolusioner yang pembayarannya berpihak kepada member didalam *marketing plan* yang sederhana, pembayaran bonus cepat satu hari kerja, bonus dibayar besar, tanpa ada reward ataupun iming-iming, bonus dibayarkan tanpa syarat tutup point, serta belanja cukup 1x seumur hidup dan dapat diwariskan ke ahli waris dari member tersebut. Hal inilah yang menjadi landasan bagi PT. Melia Sehat Sejahtera untuk roda perusahaanya.

PT. Melia Sehat Sejahtera menciptakan 5 pondasi atau 5 pilar yang membuat perusahaan ini berdiri kokoh sampai saat ini. Lima pilar yang di ciptakan oleh bapak Ir. Sukur Nababan yang pertama adalah *Company Profile* yang di mana profil dari perusahaan ini legalitasnya sudah cukup teruji dari pemimpinnya yang sekaligus menjadi anggota DPR

RI. Kedua, dari segi produk yang dimana dua produk andalan perusahaan ini mempunyai banyak manfaat serta semua khasiatnya sangat di butuhkan bagi manusia dan makhluk hidup lainnya. Ketiga, Marketing Plan. Sistem yang di miliki oleh perusahaan PT. Melia Sehat Sejahtera ini sangat mudah untuk di jalankan oleh kalangan masyarakat, karena sistem MLM ini memiliki perbedaan di bandingkan MLM rata-rata yang berkembang di luaran sana. Seperti modal yang di keluarkan hanya 1x seumur hidup dan juga dapat di wariskan, tidak adanya kejar target, tidak memiliki point atau tutup point, tidak memandang level atau peringkat, tidak ada reward yang di iming-imingkan dan pembayaran yang di berikan kepada membernya cash 100%, mendapatkan produk gratis senilai 20% setiap bulannya, dan memiliki sistem *binary*. Hal ini juga menjadi salah satu penyebab kekuatan berkembangnya perusahaan Melia Sehat Sejahtera.

Keempat, Website. Member PT. Melia Sehat Sejahtera di fasilitasi oleh perusahaan sebuah website pribadi yang hanya bisa di akses oleh member itu sendiri karena ID Member akan di kirim melalui SMS dan password nya 6 digit NIK, jadi upline atau pun member yang lainnya tidak bisa mengakses website pribadi dari member tersebut. Website Melia sendiri berfungsi untuk beberapa hal yaitu melihat perkembangan jaringan para membernya, untuk melihat bonus yang masuk, untuk melihat bonus produk yang masuk, dan untuk mengetahui perkembangan omzet. Dengan sistem website yang transparansi ini membuat para membernya tidak takut untuk di tipu karena keterbukaan perusahaan ke membernya.

Kelima, grup leader dan *support sytem*. Dua hal ini juga merupakan fasilitas dari perusahaan kepada membernya sebagai bentuk bimbingan atau binaan yang telah di ajarkan oleh para mentor sebelumnya. Sistem melia dalam proses pembelajarannya

menggunakan sistem duplikasi yang di mana cara ini merupakan proses pembentukan dari mentor untuk leadernya agar menjadi orang yang hebat layaknya para mentor. Grup leader di sini artinya upline yang langsung membimbing para membernya di sekitar daerah tersebut sedangkan *support system* ini adalah team yang telah berkembang di berbagai daerah yang akan membantu para member lainnya dari berbagai daerah untuk mengembangkan bisnis Melia Sehat Sejahtera.

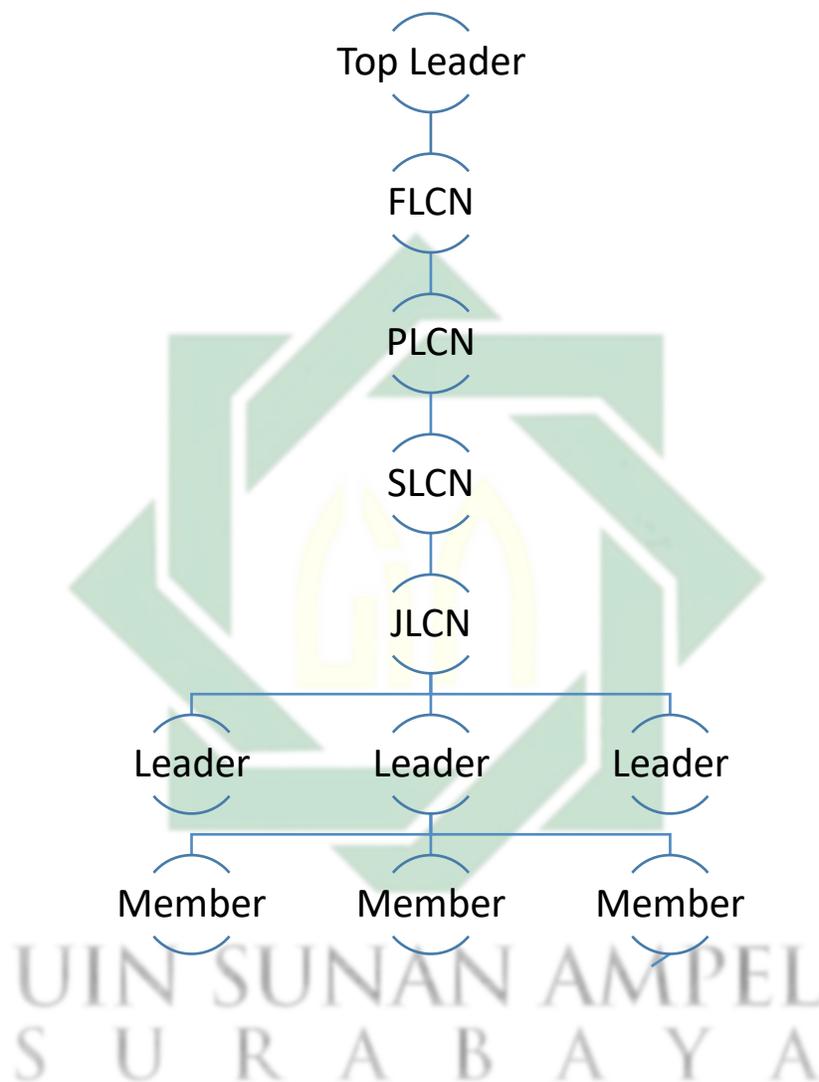
### C. Struktur Kepemimpinan PT. Melia Sehat Sejahtera

#### Profil *owner* PT. Melia Sehat Sejahtera

- Nama lengkap : Sukur H. Nababan
- Tempat, tanggal lahir : Padang, 14 Oktober 1968
- Alamat Rumah : Villa Jatibening Tol Blok B9 No.10, RT.008/RW.003, Kelurahan jati bening, Pondok Gede, Kota Bekasi, Jawa Barat.
- Pendidikan : - Jurusan Teknik Mesin Universitas Sumatera Utara  
- Universitas Generasi Muda, Medan  
- Universitas Amir Hamzah, Medan
- Perjalanan Politik :
- Anggota Fraksi Partai Demokrat Indonesia Perjuangan (PDIP)
  - Ketua Fraksi Partai Demokrat Indonesia Perjuangan (PDIP)
  - Anggota DPR RI Tahun 2009-2014
  - Anggota DPR RI Tahun 2014-2019
  - Anggota DPR RI Tahun 2019-2024
- Pengalam Kerja : PT. Ioac Multi Indonesia, Tangerang
- PT. Capsule Indonesia, Bogor

Perusahaan : PT. Melia Sehat Sejahtera

Adapun struktur kepemimpinan pada PT. Melia Sehat Sejahtera adalah sebagai berikut



*Bagan 3.1 Struktur Kepemimpinan 1*

Keterangan :

TL : Top Leader

FLCN : Founder Leader Commite Nasional

PLCN : Presidium Leader Commite Nasional

SLCN : Senior Leader Commite Nasional

JLCN : Junior Leader Commite Nasional

Struktur kepemimpinan pada marketing PT. Melia Sehat Sejahtera mempunyai susunan kepengurusan untuk mengembangkan perusahaanya. Struktur ini bukan berarti suatu jabatan ataupun level dari perusahaan MLM, namun mereka semua tetap menjadi member. Berikut ini adalah susunan kepengurusan PT. Melia Sehat Sejahtera.<sup>48</sup>

- 1) Top Leader Ir. Sukur H Nababan (owner PT. Melia Sehat Sejahtera)
- 2) Founder LC Nasional Roy Manik
- 3) Founder LC Nasional Muhaimin
- 4) Founder LC Nasional Henri Gulton
- 5) Founder LC Nasional Jajang Kuswara
- 6) Presidium LC Nasional Andrew Walkers
- 7) Presidium LC Nasional Dadang Wibawa
- 8) Presidium LC Nasional Husain Haikal
- 9) Presidium LC Nasional Ali Zainal Abidin
- 10) Presidium LC Nasional Sayyid Muhammad
- 11) Presidium LC Nasional Dodi Kariadi
- 12) Presidium LC Nasional Marhalim Simanungkalit
- 13) Presidium LC Nasional Jubel Simanungkalit
- 14) Senior LC Nasional Nanang Karlita
- 15) Senior LC Nasional Abdul Azis
- 16) Senior LC Nasional Fathul Fathoni
- 17) Senior LC Nasional Muhammad Al-Haddad

---

<sup>48</sup> Novita, (Leader Melia Jawa Timur), *Wawancara*, Surabaya 20 Februari 2022.

- 18) Senior LC Nasional Muhammad Jufri
- 19) Senior LC Nasional Ali Al-Haddad
- 20) Senior LC Nasional Dr. Kurnia
- 21) Senior LC Nasional Zakky Al-Haddad
- 22) Junior LC Nasional Henry
- 23) Junior LC Nasional Krisdinata
- 24) Junior LC Nasional Fadhilah Shahab
- 25) Junior LC Nasional Dilla Adam
- 26) Junior LC Nasional Putra Persada
- 27) Junior LC Nasional Desron
- 28) Junior LC Nasional Adam Hilmy
- 29) Leader Nasional Agus Mulyadi
- 30) Leader Nasional Sasa
- 31) Leader Nasional Fachri Adam
- 32) Leader Nasional Sodikin
- 33) Leader Nasional Fadhilah
- 34) Leader Nasional Khoirul
- 35) Leader Nasional Rendy
- 36) Leader Nasional Ali Zainal
- 37) Leader Nasional Mashir

#### **D. Produk PT. Melia Sehat Sejahtera**

Produk andalan perusahaan ini mempunyai banyak manfaat serta semua khasiatnya sangat di butuhkan bagi manusia dan makhluk hidup lainnya. Pertama produk Melia

Biyang yang terbuat dari kolostrum sapi yang merupakan suplemen makanan alami yang menawarkan manfaat kesehatan yang sangat besar bagi tubuh manusia, produk ini disebut juga produk “awet muda” dan juga mampu meningkatkan metabolisme tubuh, stamina, fisik, dan mental, serta mampu menunda penuaan atau rahasia awet muda. Kedua produk Melia Propolis yang mampu menjaga kesehatan masyarakat dari serangan berbagai penyakit serta mampu membantu penyembuhan terutama penyakit yang diakibatkan oleh virus, bakteri, dan jamur, serta juga dapat meningkatkan sistem kekebalan tubuh. Produk ini di produksi dari hewan Lebah, sering sekali kita memahami bahwa apapun yang di hasilkan oleh lebah memiliki banyak manfaat seperti madu, royal jelly, serbuk sari (polen), lilin lebah, dan propolis. Dalam agama Islam ada surah yang menerangkan perihal hewan lebah yaitu surah An-Nahl : 69 yang berbunyi

ثُمَّ كُلِي مِنْ كُلِّ الثَّمَرَاتِ فَاسْلُكِي سُبُلَ رَبِّكِ ذُلُلًا ۗ يَخْرُجُ مِنْ بُطُونِهَا شَرَابٌ مُخْتَلِفٌ أَلْوَانُهُ فِيهِ شِفَاءٌ  
لِلنَّاسِ ۗ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَةً لِقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ

Artinya : kemudian makanlah dari segala (macam) buah-buahan lalu tempulah jalan Tuhanmu yang telah di mudahkan (bagimu). ”Dari perut lebah itu keluar minuman (madu) yang bermacam-macam warnanya, di dalamnya terdapat obat yang menyembuhkan bagi manusia. Sungguh, pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda (kebesaran Allah) bagi orang yang berfikir.<sup>49</sup>

Produk-produk lain dari PT. Melia Sehat Sejahtera adalah sebagai berikut :

#### 1. Melia Propolis.

<sup>49</sup> Al-Qur’an, 16:69.

Produk best seller dari perusahaan PT. Melia Sehat Sejahtera yang paling banyak dicari adalah Melia Propolis yang terbuat dari air liur lebah yang memiliki kandungan *Bioflavonoid* yang dapat menjaga kesehatan tubuh manusia dari serangan berbagai macam penyakit yang diakibatkan oleh virus, bakteri, dan jamur, serta juga mampu

meningkatkan sistem kekebalan tubuh manusia dengan cepat, dapat mendetoksifikasi, menjadi antibiotic alami, memiliki anti oksidan yang tinggi sebagai zat anti kanker, dan sebagai imunitas tubuh manusia dengan produk melia propolis. Dengan ikhtiar mengkonsumsi melia propolis ini dapat mengobati secara holistic ataupun menyeluruh dari penyakit dalam maupun dari luar dapat diobati, bahkan tidak hanya manusia yang dapat mengkonsumsi karena hewan ataupun tanaman juga bisa mengkonsumsi.

## 2. Melia Biyang

produk melia biyang yang diambil dari Kolostrum (susu awal ibu sapi) untuk obat awet muda. Kolostrum ini mengandung yang namanya HGH (*Human Growth Hormon*) yang juga berkhasiat merangsang Kelenjar Pituitary manusia, sehingga dapat menunda penuaan dini. Ujar, Dr. Daniel Rudman “penggunaan Human Growth Hormon selama 6 bulan secara teratur akan mampu memperlambat penuaan selama kurang lebih 20



**KHASIAT :**

Ditetaskan untuk mengobati :	Dioleskan untuk mengobati :	Diminum untuk mengobati :
- Sakit mata - Sakit telinga - Sinusitis dan lain-lain	- Luka luar karena terbakar - Luka luar karena tersayat benda tajam - Tersiram air panas - Borok - Gatal-gatal dan lain-lain	- Diabetes, Kanker, Stroke, TBC, Sakit Jantung, Ginjal, Hepatitis, Thyphus, Diare, Asam urat, Kolesterol, Darah tinggi, Tumor, Kista, Liver, Maag, Demam, Sakit gigi/gusi, Radang sendi, dan lain-lain

POM TI 124 646 701

## KHASIAT MELIABIYANG

1. Menghaluskan dan mencerahkan wajah
  2. Menghilangkan jerawat, komedo dan bekas jerawat
  3. Untuk muka yg kasar dan berminyak
  4. Memperbaiki tekstur muka yg berjeram
  5. Menghilangkan jerawat, bintik, jerawat, mata, dan lingkaran hitam
  6. Mengkilatkan pori-pori yang terbuka
  7. Menghilangkan bekas-bekas luka
  8. Mengencangkan & memperbesar payudara
  9. Merapatkan kembali vagina
  10. Mengatasi keputihan
  11. Berhentikan seami atau jeda talan lama
  12. Mengencangkan & memperbesar Penis
  13. Meningkatkan kualitas seks
  14. Membakar lemak & Menurunkan berat badan
  15. Menambah massa otot, membentuk badan yg SHAPED dan kekar
  16. Mengatasi masalah perut buncit dan kegemukan
  17. Mengatasi nyeri2 sendi, sakit leher, pegal2 dan sebagainya
  18. Menurunkan kolestrol secara instan\* (on the spot)
  19. Menyuburkan rahim
  20. Menghilangkan sebot
  21. Bibir merah alami
  22. Memelihara gigi dan merestorasi karang gigi
  23. Menghilangkan rasa ngilu pada gigi dan gatal
  24. Menghilangkan staminali2 yg telah habis
  25. Mengatasi ketuban, rambut rontok, menguburkan rambut
  26. Memperbanyak ASI
  27. Memelihara ketiak
  28. Mengencangkan & mengangkat bokong
  29. Mengatasi impotensi
  30. Menghilangkan jerawat
- REJEN BANYAK tersedia di: hebetrum (susu awal sapi), susu anakan, vitamin B1, B2, B6, B12, dan Kalium.  
TOM KAN EKSTRAKSI  
Produk - Produk diatas memiliki Lisensi dari BPOM RI, FDA, dan REKSTORASI GMP dari WHO.

Stok terbatas dan diawasi lebih dr Biji.org di Indonesia.

MAU SEHAT, CANTIK, GROTENG, AWET MUDA, MONTOK, BAWAH, BAHENTOL, LANGSING, HAMIL, PERASA, SHAPED, HEHE??  
Pilih Produknya...



- Bekerja cepat  
- Hasilnya lebih sempurna  
- BPOM RI 124 646 701  
- GMP (Good Manufacturing Practice)

Produk Khusus di EKSKLUSIF tidak dijual di pasaran bebas.  
PROTOTIPIR & DISTRIBUTOR RESMI :  
PT. MELIA SEHAT SEJAHTERA



tahun dari usia sebelumnya”. Kegunaan produk melia biyang sendiri untuk meregenerasi sel, menunda proses penuaan dini, mengembalikan sistem agar jauh lebih baik, menjaga kekebalan tubuh, meningkatkan kekuatan tulang, menambah stamina fisik dan mental, serta dapat merangsang atau memperbaiki organ vital seperti : otak, jantung, hati, pancreas, limpa, ginjal.

### 3. Perawatan (*face care*)

Produk perawatan dari perusahaan Melia ini memiliki 3 macam produk yaitu yang pertama adalah melia SC Cleanser produk yang terbuat dari sel induk *Apple Uttwiller Spatlauber*. Sel ini telah teruji klinis memiliki kesegaran yang tahan lama dibandingkan buah apel lainnya. khasiat dari kegunaan produk ini seperti halnya sabun waja untuk membersihkan dari kotoran

Melia SC CLEANSER	Melia PLATINUM SERUM	Melia ANTI-AGING + WHITENING CREAM
Sel induk APPLEUTTWILER SPATLAUBER, sel yang telah teruji tetap segar dalam jangka waktu yang lama dibanding apel dan buah lainnya.	Ekstrak berlian (Diamond extract) dan Vitamin.	Ekstrak Sutra (Zat Humektan) adalah zat yang mampu mempertahankan kelembaban.
<i>Manfaat Produk</i>		
Membersihkan wajah dari kotoran atau make up. Melindungi dan memperbaiki jaringan kulit wajah. Memperlambat proses penuaan dini, menjaga kulit wajah tetap awet muda dan mengurangi kerutan. Mengangkat sel kulit mati dan menua. Membuat kulit wajah lebih segar, lebih mulus dan Lebih putih merona. Memberikan nutrisi bagi kulit wajah.	Meregenerasi sel kulit wajah/collagen. Melindungi dan memperbaiki jaringan kulit wajah. Melembabkan kulit wajah sepanjang hari. Membuat kulit wajah lebih bersinar. Meratakan warna kulit wajah (flek wajah). Melawan keriput wajah. Menghilangkan jerawat atau bekas jerawat.	Anti aging dan meratakan warna kulit dari noda (pemutih kulit). Sebagai pelembab (kulit lebih elastis). Sebagai anti oksidan (menghambat perkembangan tumor di kulit karena peradangan). Mampu memperbaiki tekstur kulit, garis-garis halus serta kerutan, sehingga kulit tampak lebih muda dan segar. Melembabkan dan menyetatkan kulit sepanjang hari.

ataupun make up, dapat melindungi dan memperbaiki jaringan kulit wajah, bisa juga memperlambat proses penuaan dini, menjaga kulit wajah tetap awet muda dan mengurangi kerutan serta memberikan nutrisi bagi kulit wajah. Produk kedua adalah Melia Platinum Serum yang terbuat dari *Extract Diamond* dan vitamin yang berkhasiat untuk meregenerasi sel kulit wajah, melembabkan kulit wajah sepanjang hari, membuat kulit wajah cerah dan bersinar serta dapat mengilangkan jerawat ataupun bekas jerawat. Dan produk yang ketiga adalah Melia Anti Aging+Whitening Cream yang terbuat dari ekstra sutra (Zat Humektan).

Zat ini adalah zat yang mampu mempertahankan kelembaban. Kegunaan dari produk ini sebagai anti oksidan (menghambat perkembangan tumor di kulit karena peradangan), mampu memperbaiki tekstur kulit, garis-garis halus, serta kerutan sehingga kulit tampak lebih muda dan segar.

#### 4. Kecantikan (*Skin Care*)

Produk terakhir dari PT. Melia Sehat Sejahtera adalah kecantikan yang terdiri dari beberapa produk yang sering diminati oleh kaum wanita. Produk ini yang pertama adalah lip cream yang



berfungsi untuk memberikan warna pada bibir, selain itu berfungsi juga sebagai pelembab, menyamarkan tekstur yang kering dan tidak mudah lengket. Produk yang kedua adalah Melia Premium Day Cream dan Night Cream yang terbuat dari Ekstrak Propolis dan *Rice Brain Oil* (ekstrak akar manis) yang berkhasiat untuk memberikan nutrisi pada kulit wajah, mencerahkan wajah, dan memberi efek maksimal pada wajah ketika malam hari.

PT. Melia Sehat Sejahtera menyadari produk adalah modal dasar anggota untuk berkembang menjadi pelaku bisnis jaringan yang sukses. Produk-produk yang berkualitas akan memudahkan anggota membernya untuk mempromosikan produk kepada calon membernya karena semua produk PT. Melia Sehat Sejahtera diproduksi langsung oleh pabrik yang memiliki standar tinggi dan sesuai dengan GMP (*Good Manufacturing Practice*) yaitu di *Herbal Science*, Malaysia.

Kelebihan produk-produk PT. Melia Sehat Sejahtera adalah yang pertama *Consumable*, yang dimana produk ini sangat dibutuhkan oleh kalangan masyarakat tanpa

adanya efek samping serta dapat dikonsumsi tanpa mengenal batasan umur ataupun jenis kelamin dan dapat diletakan pada segmen pasar yang tidak terbatas. Kedua, harga sangat realistis dan murah dibanding dengan produk sejenis di perusahaan MLM lain atau di pasar bebas yang dapat dijangkau oleh masyarakat Indonesia karena produk kesehatan ini dapat digunakan sebagai obat luar maupun dalam. Ketiga, produk PT. Melia Sehat Sejahtera memiliki reaksi yang sangat cepat dalam proses penyembuhan terutama untuk penyakit yang disebabkan oleh virus, bakteri, dan jamur tanpa ada efek samping apapun, serta untuk meningkatkan stamina ataupun metabolisme.<sup>50</sup>

#### **E. Marketing Plan PT. Melia Sehat Sejahtera**

Marketing Plan yang di miliki oleh perusahaan PT. Melia Sehat Sejahtera ini sangat mudah untuk di jalankan oleh kalangan masyarakat, karena sistem MLM ini memiliki perbedaan di bandingkan MLM rata-rata yang berkembang di luaran sana. Seperti modal yang di keluarkan hanya 1x seumur hidup dan juga dapat diwariskan, sistem pembayaran bonus harian tanpa syarat, jenis dan perhitungan bonus yang sederhana, mudah dimengerti, transparansi, tidak ada yang ditutup-tutupi, tidak adanya kejar target, tidak memiliki point atau tutup point, tidak memandang level atau peringkat, tidak ada reward yang di iming-imingkan dan pembayaran yang di berikan kepada membeinya cash 100%, mendapatkan produk gratis senilai 20% setiap bulannya tapi hanya dibatasi Cuma Rp. 1.000.000, dan memiliki sistem *binary*. PT. Melia Sehat Sejahtera memberikan 3 jenis bonus dari harian, mingguan, dan bulanan. Hal ini juga menjadi salah satu penyebab kekuatan berkembangnya perusahaan Melia Sehat Sejahtera dan akan sangat menguntungkan untuk para anggota membeinya.

---

<sup>50</sup> Buku Panduan Melia 30.



Sistem Binary Plan yang merupakan sistem dengan memprioritaskan perkembangan jaringan pada dua kaki saja dan bonus yang akan di peroleh akan semakin besar jika jaringan tersebut seimbang kanan kiri dan semakin berkembang, namun sebaliknya jika tidak seimbang kanan kiri maka bonus tidak cair dan malah akan mengalir ke perusahaan. Perusahaan yang menerapkan sistem Binary ini relative cepat untuk berkembang dan membeinya pun akan semakin mendapat bonus yang makin besar. Terkadang para member dari perusahaan ini untuk mendapatkan bonus dari penjualan produknya ataupun dari hasil perekrutan member akan memberi beberapa peraturan di dalamnya. Sistem binary yang digunakan oleh PT. Melia Sehat Sejahtera ini saling adil antar member maupun leader, jika perkembangan jaringan tidak stabil perusahaan tidak menghanguskan omzet yang telah masuk, melainkan tetap disimpan sampai perkembangan jaringan berikutnya.

Perusahaan PT. Melia Sehat Sejahtera memiliki strategi pemasaran untuk mempromosikan produk kesehatan yang dimana termasuk visi dan misi dari marketing perusahaan PT. Melia Sehat Sejahtera. Visi yang dilakukan perusahaan ini dengan memberi kesehatan untuk masyarakat dari produk-produk yang telah teruji keasliannya, alami, berkualitas, berstandar nasional, relative terjangkau dengan reaksi yang cepat tanpa efek samping. Sedangkan misinya adalah memberi peluang penghasilan untuk memberantas kemiskinan dan memberi solusi keuangan pada masyarakat baik kalangan muda ataupun tua dengan menciptakan sistem penjualan langsung secara berjenjang dan berpihak pada member yang dituangkan didalam marketing plan sederhana tanpa adanya iming-iming atau janji-jani, pembayarannya dibayar cepat satu hari kerja tanpa target, pembayarannya bonusnya besar, belanja hanya 1x seumur hidup. Konsep pemasaran yang berpihak pada membernya inilah yang merupakan landasan penting perusahaan PT. Melia Sehat Sejahtera.

Tahapan PT. Melia Sehat Sejahtera merumuskan strategi pemasaran sebagai berikut:

- 1) Mempersiapkan bahan untuk proses marketing seperti, dokumen perizinan (surat administrasi, surat kantor, surat BPOM, surat duta pajak, surat MUI), menyiapkan produk yang akan dipasarkan, dan menyiapkan alat promosi (video edifikasi, kertas HVS, spidol, bulpoin, brosur, dan formulir)
- 2) Memberi rancangan pengembangan marketing plan yang akan mengatur syarat-syarat keanggotaan member, cara membangun jaringan member, dan syarat-syarat dalam pembayaran bonus ke member.<sup>51</sup>

---

<sup>51</sup> Buku Panduan Melia, 25

Leader Ardi menyampaikan bahwa perumusan strategi yang dilakukan oleh member maupun leader sudah terduplikasi dari mentor-mentor<sup>52</sup>. Konsep yang mudah untuk dipahami ini agar produk bisa sampai pada masyarakat. Ada beberapa cara dalam merekrut member sesuai usia dari masing-masing orang, karena dilihat dari usia seseorang itu mempunyai kebutuhan yang berbeda. Cara mengajak orang pun diawali dari orang yang terdekat terlebih dahulu seperti keluarga, saudara, sahabat, dan teman dekat, karena hal ini dapat mudah kita meyakini seseorang dan adanya rasa percaya diri untuk merekrut orang tersebut dengan pendekatan yang sudah terjalin dibandingkan orang yang belum kenal. Adapun langkah-langkah Standar Operasional Prospek dalam PT. Melia Sehat Sejahtera ketika anggota member yang akan direkrut yang dijabarkan sebagai berikut :

- 1) Infokan atau tawarkan “PELUANG KERJA FREELANCE, USAHA SAMPINGAN, BISNIS SAMPINGAN BARENG ANGGOTA DPR-RI, PENGHASILAN TAMBAHAN, DLL” dan buat penasaran. Dengan syarat nama melia atau logo melia disamarkan terlebih dahulu.
- 2) Jemput undanganmu
- 3) Infokan terlebih dahulu dengan cara whatsapp atau telfon ke upline/Leader tentang latar belakang undangan yang anda bawa.
- 4) Datang lebih awal
- 5) Ketika sudah datang, pastikan undangan jangan dulu di masukkan ke aula (Hp atau OPP) “Cari tempat untuk ice breaking/ngobrol sampai nyaman dan jangan lupa minimal dikasih air mineral”

---

<sup>52</sup> Ardi (Leader Melia Surabaya), *Wawancara*, Surabaya 20 Januari 2022.

- 6) Lakukan edifikasi setelah ice breaking, edifikasi tentang (pertemuan, leader, peluang bisnis bagus, dan lihatkan video komunitas, video-video *public figure*, pengambilan formulir ditahap akhir, memperlihatkan sms bonus ataupun bonus di website, memperlihatkan hasil transaksi dari buku rekening, dan foto-foto orang yang bergabung serta berprestasi).
- 7) Lalu kenalkan undangan anda sama Leader-leader yang sudah di edifikasi dan kenalkan juga sama member biar merasa nyaman dan banyak teman. Cara edifikasi leader adalah dengan menceritakan latar belakang dan basic dari leader yang akan dikenalkan, lalu menceritakan karakter, ilmu, bonus, dan pencapaian yang telah diperoleh.
- 8) Lalu ajak undangan kedalam acara dan anda dampingi dan bantu antusias
- 9) Di saat ada rebutan Formulir, anda dorong undangan untuk mengambil formulir.
- 10) Setelah kiat-kiat sukses selesai, ajaklah undangan/rapatkan undangan sama leader untuk di closing silang, tapi jika anda bisa melakukan closing silang maka bisa dilakukan sendiri
- 11) Setelah join atau tidak join anda lakukan bloking dan komitmen (bisa minta bantuan sama upline atau leader)

Adapun juga cara member memperbanyak prospekan sebagai berikut:

- 1) Sebar brosur yang sudah tertera nomer telepon, sebar kartu nama, sebar pamflet penghasilan.
- 2) Minta orang ketiga untuk sebar nomer telepon kita dengan membroadcast-in informasi peluang penghasilan.

- 3) Mengikuti organisasi atau komunitas untuk memperbanyak data yang akan diprospek
- 4) Iklan di OLX
- 5) Main ke counter HP (foto nomor HP)
- 6) Masuk grup online shop atau grup sosial media lainnya
- 7) Perbanyak teman dari sosial media.

Cara mengundang orang yang dikenal atau teman sendiri sebagai berikut:

- 1) Tawarkan bisnis freelance atau parttime
- 2) Tawarkan tambahan penghasilan buat sampingan
- 3) Ajak orang dengan bercerita pengalaman lalu masuk bisnis melia
- 4) Menginformasikan program pemerintah anggota DPR RI
- 5) Tawarkan untuk ketemu sama cewe atau cowo
- 6) Tawarkan komunitas positif yang menghasilkan uang
- 7) Mengajak jadi distributor produk kesehatan atau kecantikan
- 8) Ajak nongkrong dan temukan dengan leader
- 9) Mengajak untuk meminta pendapat tentang bisnis yang dijalankan dan ajak leader
- 10) Mengajak seminar
- 11) Tawarkan bisnis sistem informasi

Metode Presentasi

- 1) Jangan langsung ke inti pokok
- 2) Ice breaking terlebih dahulu

- 3) Cari persamaan
- 4) Buat penasaran
- 5) Presentasi <sup>53</sup>

## **F. Acara-acara PT. Melia Sehat Sejahtera**

### 1) Acara Omzet (Home Prospek)

PT. Melia Sehat Sejahtera dalam tahap awal perkembangan untuk memberi aura pertemuan bagi para anggota membernya adalah dengan mengadakan acara home prospek atau penjelasan informasi bisnis melia melalui rumah ke rumah selain itu untuk lebih meningkatkan omzet para leader memberi fasilitas home office untuk acara home prospek. Pertemuan di Melia sangatlah penting karena bagi member dan leader pertemuan ini ibarat jantung ataupun nafas, tanpa pertemuan seseorang yang mengerjakan melia akan kehilangan nafasnya dalam berbisnis. Acara ini diselenggarakan dalam 2 hari sekali dengan hanya 1 pembawa acara dan 3 presenter. Penjelasan dari masing-masing presenter memiliki penjelasan yang berbeda, presenter pertama menjelaskan tentang 5 pilar atau 5 landasan dari melia, presenter kedua menjelaskan tentang marketing plan atau sesi kerjanya, dan penjelasan yang terakhir adalah sesi KKS atau closing yang dimana presenter disini bertugas memberi keyakinan lebih untuk para undangan. Undangan yang hadir dalam acara home prospek bekisar hanya 5-15 undangan saja. Sering kali setelah acara home prospek ini dilanjut dengan acara home sharing yang dikhususkan untuk para membernya dan pembahasan yang diberikan oleh para leader tidak lain motivasi

---

<sup>53</sup> SOP (Standar Operasional Prosedur) Melia.

penyemangat, gali kedalaman impian para membernya agar senantiasa mengingat dan fokus untuk mengerjakan melia dan mengejar impian yang mereka harapkan.<sup>54</sup>

## 2) Acara Omzet (Open Plan Presentation)

Acara yang di selenggarakan oleh perusahaan MLM PT. Melia Sehat Sejahtera ini untuk merekrut anggota member adalah acara OPP. Acara ini sering kali diadakan sebagai event seminar atau webinar yang bertempat di meeting room hotel, mall, ataupun café dan acara Open Plan Presentation ini dilaksanakan 1x dalam seminggu. Para member maupun leader dalam acara ini menggunakan seragam jaz hitam untuk menunjukkan profesionalnya dalam berbisnis dan untuk menarik pandangan para undangan atau anggota yang akan direkrut. Dalam acara ini biasanya ada 2 orang pembawa acara, 3 orang yang berpresentasi, 3-5 orang yang impact atau memberikan kesaksian bukti pencapaian. Acara Open Plan Presentation dibagi dalam 3 sesi presentasi yaitu profil perusahaan, marketing plan, dan kiat-kiat sukses, impact pembuktian, serta yang terakhir pembagian formulir. Pada presentasi pertama yang menjelaskan tentang profil perusahaan presenter membahas soal legalitas perusahaan yang telah berdiri lebih dari 20 tahun dan di *back up* langsung oleh anggota DPR RI Bapak Ir. Sukur Nababan dan pada pilar kedua tentang produk propolis sering kali presenter membawa dalil agama dalam Al-Qur'an untuk meyakinkan undangan bahwa isi kandungan dalam Al-Qur'an bernilai anjuran apalagi ketika zaman Rasulullah pun Propolis sudah ada dan digunakan pada zaman Nabi. Dalil yang di gunakan adalah surah An-Nahl : 69 yang berbunyi

---

<sup>54</sup> Freya, (Member Melia Surabaya), *Wawancara*, Surabaya 22 Februari 2022.

ثُمَّ كُلِي مِن كُلِّ الثَّمَرَاتِ فَاسْلُكِي سُبُلَ رَبِّكِ ذُلُلًا يَخْرُجُ مِن  
بُطُونِهَا شَرَابٌ مُّخْتَلِفٌ أَلْوَانُهُ فِيهِ شِفَاءٌ لِّلنَّاسِ إِنَّ فِي ذَٰلِكَ لَآيَةً لِّقَوْمٍ  
يَتَفَكَّرُونَ ﴿١٦٩﴾

Artinya : kemudian makanlah dari segala (macam) buah-buahan lalu tempulah jalan Tuhanmu yang telah di mudahkan (bagimu). ”Dari perut lebah itu keluar minuman (madu) yang bermacam-macam warnanya, di dalamnya terdapat obat yang menyembuhkan bagi manusia. Sungguh, pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda (kebesaran Allah) bagi orang yang berfikir.<sup>55</sup>

Pada sesi yang ke-3 presentator membahas soal kiat-kiat sukses atau tahapan closing untuk lebih menekankan keyakinan para undangan yang akan direkrut. Tidak hanya itu, presentator menjelaskan bahwa hidup didunia ini hanya 1x dan dengan itu jadilah orang yang bermanfaat untuk banyak orang dan jadikan hidup ini menjadi kepribadian yang jauh lebih baik dari sebelumnya apalagi dari segi ekonomi yang rata-rata masyarakat Indonesia itu bekerja mendapatkan uang sebagai karyawan hanya sekedar untuk bertahan hidup dan mengorbankan impian-impianya untuk mewujudkan impian bosnya. Presentator juga mengatakan bahwa 9 dari 10 pintu rezeki adalah berdagang atau jual beli sedangkan sistem melia ini tidak lain juga berdagang jual produk meskipun dengan rantai pemasaran secara MLM. Nabi Muhammad SAW menganjurkan para umatnya untuk berdagang dan di riwayatkan dari hadits Imam Ahmad “Hendaklah kamu berdagang, karena didalamnya terdapat 90% pintu rezeki” ditambah lagi dari hadits riwayat Baihaqi ”Rasulullah berkata,”sesungguhnya sebaik-baik usaha adalah usaha perdagangan”

<sup>55</sup> Al-Qur’an, 16:69

### 3) Acara Training Member

Setiap satu bulan sekali perusahaan PT. Melia Sehat Sejahtera mengadakan Training atau pembelajaran untuk para members-nya. Acara ini biasanya diadakan di meeting room hotel yang berkapasitas 100 orang bahkan lebih. Para leader mengadakan acara training ini dengan mengundang mentor-mentor yang telah terbukti dengan pencapaian-pencapaian maupun prestasi yang diperoleh, disamping itu pembahasan dari acara training ini setiap bulannya hampir 60% selalu berbeda dari sebelumnya, maka dari itu salah satu kunci sukses di Melia adalah dengan mengikuti training setiap bulannya. Pada kegiatan acara training ini tidak hanya member daerah aja yang mengikuti, melainkan juga member luar daerah ataupun luar kota. Sering kali per-daerah tersebut mengirim pasukan members-nya hingga menyewa 2-4 Elf dan ada juga yang menyewa bus. Acara ini selalu diberi bekal ilmu pembelajaran dan motivasi yang tidak lepas dari ajaran para pemimpinnya. Motto yang sering kali digunakan adalah “Mindset is Doa” dari Habib Ali Zainal Abidin sekaligus mentor tertinggi dari sekian banyaknya member di Indonesia. Bahwa apa yang dipikirkan itu akan menjadi doa, dan dari pikiran lah akan merubah sebuah tindakan, dari tindakan akan merubah sebuah kebiasaan, dari kebiasaan akan merubah jadi karakter, dan dari karakter inilah akan menentukan nasib seseorang. Motto yang kedua yang selalu disampaikan adalah “perjuangan adalah seni” dari Bib Sayyid Muhammad. Motto ini artinya bahwa dari perjuangan para members-nya jika konsisten tidak akan ada yang sia-sia dan pasti mendapatkan hasil sesuai apa yang dikerjakannya itu, sebuah seni dari perjuangan seseorang untuk merubah kehidupan keluarganya dan untuk mengangkat harkat martabat keluarganya.

### 4) Acara Training Leader Nasional

Terakhir dari acara puncak yang paling besar di perusahaan MLM PT. Melia Sehat Sejahtera ini adalah TLN (Training Leader Nasional) yang dimana dari namanya saja sudah kita pahami bahwa yang hanya mengikuti training ini hanya para leader yang telah memiliki jaringan bekisar 30 member lebih dibawahnya. Acara ini hanya diadakan 6 bulan sekali atau 2x dalam setahun, karena acara ini pengisi-pengisinya yang terjun sudah langsung pemimpinnya atau PLCN (*Presidium Leader Commite Nasional*). Acara training leader nasional ini diselenggarakan oleh pemimpinnya untuk membahas soal strategi perkembangan bisnis MLM PT. Melia Sehat Sejahtera dan ilmu-ilmu baru untuk para leadernya dalam membina jaringan dibawahnya.<sup>56</sup> Acara tersebut dihadiri oleh leader berbagai daerah, berbagai provinsi, dan dari berbagai pulau berkumpul jadi satu dalam acara ini. Biasanya acara training leader nasional ini hanya dibatasi sekitar 500-1000 leader yang ada di Indonesia. Acara ini selalu diwarnai dengan kemeriahan dan penampilan dari suatu daerah. Para presentator dari acara ini sudah bukan leader biasa lagi melainkan para mentor langsung dari leadernya.

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

---

<sup>56</sup> Novita, (Leader Melia Jawa Timur), *Wawancara*, Surabaya 20 Februari 2022.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

#### A. Hasil Penelitian

##### 1. Bentuk-Bentuk Komodifikasi Agama dalam Bisnis Melia Sehat Sejahtera

Komodifikasi agama secara teoritis adalah suatu nilai agama yang dipertukarkan sebagai komoditas pasar. Dalam pemikiran Max Weber tentang tindakan rasionalis instrumental yang merupakan tindakan seseorang untuk mencapai tujuan yang diinginkan dengan upaya sendiri berkembangnya komodifikasi kehidupan termasuk agama oleh korporasi menyebabkan cara berfikir manusia berubah dari masyarakat rasional menjadi tidak rasional. Peningkatan komodifikasi agama menjadi bagian strategi yang utama dalam perekonomian berupa ajaran, solidaritas, ragam simbol, dan juga sentiment keagamaan. Misal, agama dikomodifikasikan oleh konsep kapitalis, artinya agama hanya terjebak pada kerangka simbolis-formalis semata pada perekonomian yang mengedepankan pencitraan dan kamuflase. Pada akhirnya kapitalisme pada ruang public akan melahirkan reduksi sakralitas nilai agama yang sebenarnya.

Komodifikasi agama secara transformasi dipahami sebagai nilai guna agama yang awalnya semula sebagai salah satu sumber nilai dan pedoman hidup dengan menciptakan beragam fungsi yang sesuai pada kebutuhan manusia atas agama dan berlandaskan pada keyakinan ketuhanan yang menjadi nilai tukar. Komodifikasi mendiskripsikan bagaimana cara para kapitalis menjaga tujuan mereka dalam merealisasikan atau mengakumulasi nilai melalui transformasi nilai guna menjadi nilai tukar yang semakin efisien.

Bisnis dengan agama ini memiliki keterikatan yang tidak dapat di pisahkan, karena dalam sebuah kajian fiqih mu'amalah menjelaskan bahwa bisnis *Multi Level Marketing* juga menggunakan akad *ju'alah*. Akad *ju'alah* berasal dari dua kata yaitu *jail* adalah pihak yang memberi janji akan memberikan hadiah atau imbalan sesuai atas pencapaian atau hasil yang diperoleh sesuai dengan yang di tentukan. Majul adalah pihak yang melaksanakan jualah. Jadi akad *ju'alah* adalah sebuah janji atau komitmen untuk memberikan imbalan (reward, hadiah) tertentu atas pencapaian yang di tentukan dari suatu pekerjaan. Dengan adanya akad ini menjadikan betapa senangnya menjalankan sesuatu dengan ketentuan yang telah terjamin dan menjadikan kedua belah pihak merasakan keuntungan yang setara tanpa merugikan satu sama lain.<sup>57</sup>

Komodifikasi agama dalam bisnis PT. Melia Sehat Sejahtera mengacu pada pemikiran Max Weber bahwasannya cara terbaik untuk kita memahami suatu tindakan individu atau kelompok adalah dengan menghargai bentuk tipikal dari tindakan yang dilakukan menjadi ciri khasnya. Hal ini sejalan dengan teori Habermas yang menyatakan tentang tindakan komunikatif, bahwa aktivitas komunikasi berorientasi pada klaim yang valid dengan konsep rasionalitas yang lebih condong pada subjek yang berbicara dan bertindak. Berdasarkan observasi peneliti dan wawancara serta dokumentasi peneliti juga menemukan hal-hal yang merujuk pada komodifikasi agama dalam bisnis PT. Melia Sehat Sejahtera yaitu diantaranya :

#### 1. *The Power of Keyakinan*

Bentuk Komodifikasi agama dari perusahaan ini mempunyai konsep keyakinan, yang dimana keyakinan ini pertama merujuk pada Tuhan, dan ini salah

---

<sup>57</sup> Buku Panduan Melia, 20

satu doktrin dari PT. Melia Sehat Sejahtera bahwa kunci kesuksesan seseorang dalam hal internal tidak lain hanya yakin dengan takdir Tuhan dan selalu berbuat baik pada semua orang. Komodifikasi yang dilakukan oleh PT. Melia Sehat Sejahtera sangat beragam macamnya. Ada kata-kata motivator buat menyelimuti perjuangan dari para memernya yang di buat oleh salah satu pemilik jaringan terbesar yaitu PLCN Bib Ali Zainal Abidin dengan kalimat “Mindset Is Doa”, perusahaan ini selalu mengandalkan yang namanya sebuah pikiran, pentingnya dalam berfikir positif dan berbaik sangka pada semua hal apapun. Karena apa yang kita pikirkan atau kita mindsetkan itu adalah sebuah doa bagi kehidupan kita, dalam agama Islam pun sudah jelas ada hadits yang mengatakan “*Aku sesuai dengan prasangka hamba-Ku kepada-Ku dan aku bersamanya apabila ia memohon kepada-Ku*” (HR.Muslim). Jelas sekali dikatakan bahwa memang Tuhan ada pada prasangka hamba-Nya. Kalimat “mindset is doa” dikembangkan juga menjadi *Growth Mindset* yang dimaksud untuk perkembangan pola pikir kita dalam membangun jaringan ini harus selalu memiliki inovasi dan kreatifitas untuk selalu berevaluasi dan mengembangkan bisnis ini. *Growth Mindset* tidak melulu berkaitan dengan urusan duniawi saja, melainkan juga dalam konteks agama yang harus terus tumbuh dan semakin berkualitas ibadah kita kepada Allah. Jadi bukan ibadah yang hanya melakukan sholat 5 waktu saja tapi ibadah yang tidak pernah mengenal kata puas untuk selalu menambah pahala dan mengurangi dosa-dosa.

<sup>58</sup>Pentingnya punya mental ini untuk mengeksplorasi Habluminallah nya kita sama

---

<sup>58</sup> Ardi, (Leader Melia Surabaya), *Wawancara*, Surabaya 20 Februari 2022.

Allah agar terus produktif baik melakukan yang wajib maupun yang Sunnah, dan kita manusia tidak akan pernah tau ibadah mana yang membuat Allah ridho.

Disamping itu kalimat “perjuangan adalah seni” juga menghidupkan bara api untuk perjuangan-perjuangan yang di lakukan para member, karena satu hal yang pasti jika tidak memiliki kegigihan dalam berjuang, seseorang tidak akan meraih kesuksesan yang berharga dalam bidang apapun, tentu saja hal ini yang menjadikan nasib kita ke depannya dilihat dari perjuangan seseorang seperti yang telah di sampaikan dalam Al-Qur’an

لَهُ مُعَقِّبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ  
 اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ  
 سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُم مِّن دُونِهِ مِن وَالٍ ﴿١١﴾

Artinya : Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri.<sup>59</sup> (QS. Ar-Ra’d-11). Dari potongan ayat tersebut Tuhan sudah memberi penjelasan untuk perubahan hidup seseorang.

Motto yang dihasilkan dari leader PT. Melia Sehat Sejahtera sendiri seperti juga “The Power of Doa” yang dimaksud adalah segala kekuatan yang kita keluarkan untuk perjuangan, jangan sampai kita lupa dengan yang namanya doa pada sang Tuhan, karena Dia lah yang berkuasa akan dunia ini untuk memberikan membernya rezeki atau postingan. Hal ini selaras dengan pernyataan dari narasumber saya yaitu Adi Maulana<sup>60</sup> member dari Jombang yang dulu ketika

<sup>59</sup> Al-Qur’an, 13-11.

<sup>60</sup> Adi Maulana (Member Melia Jombang), *Wawancara*, Surabaya 13 Januari 2022

bergabung di bisnis ini dalam kurun waktu hampir 4 bulan belum ada yang namanya postingan pribadi atau merekrut member pribadi, meskipun di bawahnya sudah terisi orang berkat bantuan dari team leader tapi Ia tidak berputus asa dan menerapkan The Power of Doa yang selalu multiplikasi doanya setiap saat. Dan benar terjadinya dengan diselipkan Mindset is Doa apa yang di inginkan Adi untuk mendapatkan member akhirnya terwujud. Dan yang kedua yaitu “The Power of Sedekah”, para leader selalu menyampaikan kepada semua membernya ketika mendapatkan bonus 2,5% itu adalah hak untuk orang yang membutuhkan, karena dengan kita bersedekah itu tidak akan mengurangi rezeki kita malah rezeki kita akan diganti oleh Tuhan bisa 10x lipat.<sup>61</sup>

Motif merekrut konsumen sendiri yang di sampaikan oleh para leader selalu mengandung hal yang positif. Jika member ingin produknya terjual, jangan pernah punya niat buat dapat bonus ataupun punya hasil tapi dengan niat untuk membantu orang lain, karena dengan produk melia propolis tersebut bisa kita bantu ikhlar buat proses penyembuhan sang konsumen. Para member dan leader pun jika menawarkan produk melia propolis selalu menggunakan dalih dalam Al-Qur’an tentang khasiat melia propolis yang di produksi oleh Lebah dan memaparkan surah An-Nahl : 69 yang berbunyi

ثُمَّ كَلِيَ مِنْ كُلِّ الْتَمْرَاتِ فَأَسْلُكِي سُبُلَ رَبِّكِ ذُلُلًا يَخْرُجُ مِنْ  
بُطُونِهَا شَرَابٌ مُخْتَلِفٌ أَلْوَانُهُ فِيهِ شِفَاءٌ لِلنَّاسِ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَةً لِقَوْمٍ  
يَتَفَكَّرُونَ ﴿١٤﴾

<sup>61</sup> Ardi, (Leader Melia Surabaya), *Wawancara*, Surabaya 20 Februari 2022.

Artinya : kemudian makanlah dari segala (macam) buah-buahan lalu tempulah jalan Tuhanmu yang telah di mudahkan (bagimu). "Dari perut lebah itu keluar minuman (madu) yang bermacam-macam warnanya, di dalamnya terdapat obat yang menyembuhkan bagi manusia. Sungguh, pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda (kebesaran Allah) bagi orang yang berfikir.<sup>62</sup>

Ayat tersebut lah yang membuat kuat argumentasi para member untuk konsumen yang akan membeli produk melia propolis tersebut. Seperti cerita leader dari Surabaya Ardi 2 tahun yang lalu ibunya mengidap penyakit paru-paru yang cukup kronis hingga dalam perawatan Rumah Sakit dan membuat dirinya kesulitan dalam urusan administrasi sehingga membuat ia mengharuskan dirinya untuk mencari pekerjaan yang kemudian di tawarkan lah bisnis melia sehat sejahtera oleh temannya sendiri dan kebetulan sekali apa yang ia perlukan semua ada di bisnis melia sehat sejahtera dari segi produk yang dibutuhkan untuk ibunya dan dari segi marketing plannya untuk mendapatkan sumber pencarian ekonomi. <sup>63</sup>Hingga saat itulah ibunya mengkonsumsi melia propolis dengan diberi motif dalih surah An-Nahl yang membuat dirinya semakin percaya dan yakin melalui ikhtiar ini untuk kesembuhan sang ibu dan Alhamdulillah sampai saat ini sang ibu sudah sembuh dari penyakit paru-parunya.

Dengan diawali niat yang baik inilah membuat kepercayaan banyak orang terbawa. Karena para member selalu meyakini bahwa di dunia ini tidak ada hal yang namanya kebetulan, melainkan jika seseorang sudah di temukan oleh melia itu

---

<sup>62</sup> Al-Qur'an, 16:69.

<sup>63</sup> Ardi, (Leader Melia Surabaya), *Wawancara*, Surabaya 20 Februari 2022.

adalah sebuah takdir dari jawaban doa-doa yang selalu dipanjatkan pada Tuhan. Motif dari para member adalah menggunakan dalih bahwa tidak ada doa yang tidak di kabulkan seperti

وَقَالَ رَبُّكُمْ ادْعُونِي أَسْتَجِبْ لَكُمْ إِنَّ الَّذِينَ يَسْتَكْبِرُونَ عَنْ عِبَادَتِي سَيَدْخُلُونَ جَهَنَّمَ دَاخِرِينَ ﴿٦٠﴾

Artinya : Dan Tuhanmu berfirman, “Berdoalah kepada-Ku, niscaya akan Aku perkenankan bagimu. Sesungguhnya orang-orang yang sombong tidak mau menyembah-Ku akan masuk neraka Jahanam dalam keadaan hina dina.<sup>64</sup> QS. Al-Ghafir 60. Jadi seseorang juga bisa meyakini bahwa hal tersebut adalah benar.



**Gambar 1.5 Tangga Impian PT. Melia Sehat Sejahtera**

Motivasi yang dilakukan dari salah satu founder PT. Melia Sehat Sejahtera yaitu menciptakan tangga impian agar membuat semangat para member untuk menjalankan bisnisnya. Tapi tangga impian yang di capai tersebut bukan hanya

<sup>64</sup> Al-Qur'an, 40:60.

sekedar iming-iming atau reward yang diberikan oleh perusahaan pada membernya, melainkan bonus cash 100% dari hasil kerjanya. Di tangga no 4 sebuah mobil, banyak member yang ingin sekali mewujudkan impiannya buat mempunyai mobil untuk dihadiahkan pada kedua orangtuanya. Tapi sebelum member mencapai prestasi tersebut diwajibkan juga harus pencapaian bertahap dari tangga ke 1 yaitu kepingan emas untuk edukasi financial. Karena dari tahap awal inilah perusahaan ini memiliki kekuatan untuk mendongkrak jaringannya untuk lebih berkembang lagi dan menduplikasi.

Keinginan member yang ingin mempunyai prestasi pencapaian mobil ini tidak lain juga berguna buat membantu jaringan dengan memberikan bukti yang sudah di capai nya. Tidak hanya itu, hal ini juga memberikan motif untuk membahagiakan kedua orang tuanya dan agar semakin di ridhoi untuk mengembangkan bisnisnya. Ini adalah salah satu bentuk pembuktian para member yang awalnya mungkin tidak diperbolehkan oleh orang tuanya bergabung di bisnis ini.

## 2. Sistem Pemasaran (Marketing Plan)

Yang kedua dari segi marketing plan, cara member untuk merekrut orang itu dilihat dari sisi kebutuhan orang tersebut. Misal, jika orang tersebut dalam keadaan ekonomi ke bawah pembicaraan yang harus di lakukan dengan mengingatkan impian mereka tentang orang tuanya yang rata-rata pasti ingin menunaikan haji sebelum kedua orang tuanya meninggal. Member pun juga jangan meniatkan untuk mendapatkan bonus, karena rata-rata jika kita niatkan untuk mendapatkan bonus dari hasil rekrut member itu malah dampak buruh ke diri pribadi. Jadi niat yang

bener-bener harus di tancapkan dalam diri adalah untuk membantu orang lain, membantu perekonomian orang lain. Dengan itulah hasil sudah sunnatullah dari perjuangan dan niat kita yang sudah ditanamkan oleh para mentor-mentor.

Komodifikasi agama dalam PT. Melia Sehat Sejahtera berdasarkan observasi peneliti dan wawancara serta dokumentasi peneliti juga menemukan hal-hal yang merujuk pada komodifikasi agama dalam bisnis PT. Melia Sehat Sejahtera yaitu diantaranya :

1. Strategi pemasaran

PT. Melia Sehat Sejahtera memiliki beberapa strategi untuk memasarkan produk-produknya secara langsung. Salah satu strateginya yaitu melihat dari sisi rentang usia. Adapaun secara rinci dijelaskan sebagai berikut :

- a. Usia Muda yaitu kalangan usia 16-19 tahun, dengan harapan diusia tersebut, remaja memiliki kegiatan yang positif untuk menentukan arah tujuan masa depannya. Berdasarkan pengamatan peneliti, rata-rata kalau anak sekolahan biasanya selesai sekolah ada yang langsung kerja karena tidak adanya biaya untuk meneruskan pendidikan. Apabila remaja tersebut berminat untuk bergabung dengan bisnis ini, maka leader akan membantu menjelaskan kedua orangtuanya, sistem tersebut dinamakan K2K atau “keluarga to keluarga. Sehingga dengan adanya bisnis ini, dapat membantu remaja dalam hal finansial, mengasah public speaking, dan belajar mengasah mental remaja seperti belajar percaya diri untuk berbicara didepan orang banyak.
- b. Usia Dewasa yaitu kalangan usia 20-25 tahun. Usia ini sangat rentan dengan masalah keuangan yang dimana saat usia ini seseorang harus sudah memikirkan

tujuan untuk masa depannya. Jika calon anggota member adalah seorang mahasiswa, member melia memahami pentingnya menjadi seseorang yang mandiri tanpa membebankan kedua orangtuanya yang bekerja apalagi seorang perantauan yang keperluan kebutuhan sehari-harinya jauh lebih banyak. Selain itu, calon anggota member diberi pemahaman tentang komunitas yang positif secara produktif yang memikirkan masa depan dan impiannya. Jika calon anggota member adalah seorang pekerja maka member melia memahami bahwa dengan bekerja saja tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan yang semakin lama semakin banyak dan hanya sekedar untuk bertahan hidup, karena itu seseorang pasti menginginkan tambahan penghasilan untuk mewujudkan impiannya. Jadi diusia dewasa ini para member dan leader melia memberi pemahaman pentingnya kita sebagai manusia merasakan kesuksesan di dunia dan di akhirat apalagi ketika usia dibawah 30 tahun.

- c. Usia 30 tahun keatas. Ketika member merekrut calon anggota yang sudah berumur atau berumah tangga cukup lama, rata-rata mereka sudah memiliki penghasilan, tapi tidak menutup kemungkinan seseorang memerlukan tambahan penghasilan apalagi jika memiliki anak lebih dari 3 yang memerlukan kebutuhan dengan jumlah banyak. Dari pengamatan peneliti yang lebih ditekankan untuk calon anggota member seperti ini dengan masuk penjelasan ke produk. Karena banyak orang yang telah berumur rentan dengan penyakit, setelah dipahami soal produk dan diberi testimoni tentang produk tersebut baru masuklah penjelasan ke sistem marketingnya, dengan itu calon anggota member apalagi ibu-ibu tertarik. Karena di samping dari khasiat

produk yang sangat bagus, PT. Melia Sehat Sejahtera menjamin kesejahteraan perkenomian membeinya dengan mempromosikan produk.<sup>65</sup>

## 2. Pemakaian Dalil Keagamaan dan Training dalam Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang lainnya melalui jaringan komunikasi secara langsung sehubungan dengan teori Habermas tentang teori Tindakan Komunikatif yang mengatakan bahwa aktivitas komunikasi berorientasi pada klaim yang valid dengan konsep rasionalitas yang lebih condong pada subjek yang berbicara dan bertindak. Hal ini selaras dengan strategi pemasaran pada bisnis PT. Melia Sehat Sejahtera yang menggunakan komunikasi melalui acara-acara yang diselenggarakan oleh team Leader.

### a) Acara Harian



Dalam strategi pemasaran PT. Melia Sehat Sejahtera dengan mengadakan acara harian yaitu home prospek. Peneliti mengambil data acara home prospek ini di basecamp Young Rich Fighter atau disingkat YRF yang

---

<sup>65</sup> Novita, (Leader Melia Jawa Timur), *Wawancara*, Surabaya 20 Februari 2022.

berlokasi di jln. Ahmad Yani Surabaya. Acara ini diadakan dua hari sekali yaitu hari selasa, kamis, dan minggu,. Acara ini dijelaskan oleh 3 presentator dan 1 pembawa acara. Presentator pertama menjelaskan tentang sesi lima pilar, presentator kedua menjelaskan tentang cara kerjanya atau marketing plan, dan sesi terakhir menjelaskan kiat-kiat sukses atau closing. Komodifikasi dari acara ini sering kali disampaikan di presentasi awal, kedua dan terakhir. Pertama penjelasan produk yang mengaitkan surah dalam Al-qur'an ayat 69 tentang propolis yang dikeluarkan dari lebah, kedua penjelasan sistem kerja yang mengaitkan dengan perdagangan yang dimana bahwa 9 dari 10 pintu rezeki berasal dari berdagang sama halnya melia yang menjualkan produknya, terakhir kiat-kiat sukses yang mengaitkan bahwa hidup hanya 1x harus spektakuler dan sebagai manusia dituntut untuk berubah jauh lebih baik dan yang hanya bisa merubah kehidupan hanyalah diri sendiri bukan orang lain seperti pada surah Al-Qur'an (QS. Ar-Ra'd-11) yang artinya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri.<sup>66</sup>

b) Acara Mingguan

---

<sup>66</sup> Freya, (Member Melia Surabaya), *Wawancara*, Surabaya 22 Februari 2022



Acara mingguan yang dilakukan oleh PT. Melia Sehat Sejahtera termasuk juga acara omzet sama dengan acara home prospek harian. Acara ini disebut juga Open Plan Presentation atau disebut juga OPP. Acara ini dilaksanakan setiap hari jum'an dan sabtu. Setiap hari Jumat acara yang dilakukan oleh Team Surabaya ini dilaksanakan di Bella Hotel jln. Mayjend Sungkono, jika hari sabtu acara diselenggarakan di Mall BG Junction, Multifunction Lt. 2, jln. Blauran. Acara ini jauh lebih besar dibandingkan acara home prospek, Open Plan Presentation ini bermuat dengan 20-50 undangan bahkan bisa lebih ketika mau mengadakan Training. Penyampaian yang disampaikan pada acara OPP ini tidak beda jauh dari acara home prospek, dari penjelasan para presentator. Bedanya dalam acara ini ada impact kesaksian dari beberapa member dan ada pembagian formulir.

c) Acara Bulanan



Acara bulanan dari PT. Melia Sehat Sejahtera adalah acara pembelajaran atau training. Acara ini dilaksanakan di Hotel Mercure Surabaya dengan anggota member dan leader kurang lebih 150 orang. Acara ini diadakan oleh team Surabaya dengan presentator SLCN Zakky Al-Haddad. Acara ini memberi impact-impact pencapaian dari member maupun leader yang dalam waktu bulan tersebut telah achieve impiannya. Pembelajaran ini juga tidak lepas dari motivasi dan motto dari para mentor-mentor seperti “Mindset is Doa” dari Habib Ali Zainal Abidin Bahwa apa yang dipikirkan itu akan menjadi doa, dan dari pikiran lah akan merubah sebuah tindakan, dari tindakan akan merubah sebuah kebiasaan, dari kebiasaan akan merubah jadi karakter, dan dari karakter inilah akan menentukan nasib seseorang. Motto yang kedua yang selalu disampaikan adalah “perjuangan adalah seni” dari Bib Sayyid Muhammad. Motto ini artinya bahwa dari perjuangan para membernya jika konsisten tidak ada kata yang sia-sia dan pasti mendapatkan hasil sesuai apa yang dikerjakannya itu, sebuah seni dari perjuangan seseorang untuk merubah kehidupan keluarganya dan untuk mengangkat harkat martabat keluarganya.

## d) Acara Tahunan



Acara dari PT. Melia Sehat Sejahtera dari puncaknya acara yang paling besar adalah TLN (Training Leader Nasional). Akibat dari pandemic Covid-19 selama 2 tahun acara training leader ini tertunda sampai diadakan lagi pada tahun 2021 dengan jumlah peserta 1300 leader dari perwakilan per-daerah diseluruh Indonesia. Seperti Medan, NTB, NTT, Jayapura, Jawa Tengah, Jawa Barat, dan masih banyak lagi. Acara tersebut dihadiri langsung oleh PLCN. Sayyid Muhammad yang memberikan strategi terbaru, terobosan terbaik dalam perkembangan Melia yang semakin lama semakin berkembang.<sup>67</sup>

## 2. Pengaruh komodifikasi agama terhadap keberlangsungan PT. Melia Sehat Sejahtera

Penggunaan komodifikasi agama oleh PT. Melia Sehat Sejahtera ternyata mampu meningkatkan pendapatan, disamping itu juga member merasakan peningkatan kesejahteraan. Anggota member yang awalnya tidak mempunyai pendapatan dengan seringnya menggunakan komodifikasi agama peneliti

<sup>67</sup> Azis, (Leader Melia Jawa Timur), *Wawancara*, Surabaya 15 Februari 2022.

menemukan kecenderungan keberhasilan dari para member yang membuahkan hasil. Artinya dari perusahaan PT. Melia Sehat Sejahtera dari hasil komodifikasi agama ini memberikan dampak dari pendapatan dan perubahan finansial untuk mensejahterahkan anggota membeinya.

Narasumber peneliti yang pertama yaitu member dari Banyuwangi yang masih sekolah kelas 2 SMK bernama Lukman Hakim, ia berasal dari keluarga yang mempunyai ekonomi kebawah. Ayahnya hanya seorang nelayan yang terkadang berhasil mengumpulkan upah sehari minimal 50-100 Ribu dengan maksimal 250 ribu dengan jam kerja dari sore sampai pagi, itupun jika kondisi cuaca laut normal, tapi jika tidak harus terpaksa libur untuk melaut. Sedangkan ibunya hanya seorang penjual nasi dengan penghasilan maksimal hanya mencapai 75 ribu jika terjual habis. Lukman yang hanya seorang pelajar tidak bisa jika diharuskan untuk ikut bekerja ayahnya yang bentrok dengan jam sekolahnya. Ia sehari-harinya sebelum berangkat ke sekolah menyempatkan diri untuk membantu ibunya di pasar berjualan, setelah jam 06.30 ia bergegas untuk berangkat ke sekolah, setelah sekolah ia bermain dengan teman-temannya layaknya belum terbebani apapun tanpa memikirkan masa depannya. Pada tanggal 2 Februari 2022 ia dikenalin bisnis Melia oleh temannya sendiri sekaligus masih saudara jauh. Ia mengatakan bahwa benci sekali dengan yang namanya kemiskinan dan ingin sekali merubah kehidupannya. Namun, jika dilihat dari keterbatasan Lukman yang hanya masih anak sekolah tidak ada pekerjaan yang mau menerima dirinya apalagi dalam masa pandemic ini. Ketika itu waktu dijelasin ia sangat tertarik sekali dengan peluang Melia dan pemikirannya mulai terbuka tentang nasib masa

depannya, jika ia melakukan hal yang sama dengan kedua orangtuanya yang hanya mengandalkan sebatas upah gaji secara pas-pasan ia pasti tidak jauh lebih seperti orang tuanya, kemudian dengan niat untuk merubah kehidupannya ia mencari modal dengan nekat yaitu mengutang ke teman-temannya dan menjual barang-barang kesayangannya. Ketika sudah bergabung ia meluangkan waktunya untuk menjalankan bisnis Melia di sore-malam hari, dengan itu sekolah Lukman tidak merasa terganggu. Dengan hasil kerja kerasnya dalam waktu kurang lebih dua minggu ia berhasil tembus bonus 1,3 Juta lalu uang tersebut digunakan untuk membelikan kepingan emas sebagai tanda bukti kepada ibunya yang awalnya melarang dan sisanya digunakan untuk menyicil utang-utangnya, lalu dikerjkan serius lagi dalam waktu 1 bulan berhasil melunasi hutang-hutangnya pada temannya. Kemudian ia menargetkan untuk dirinya sendiri ketika bulan Ramadhan datang ia harus sudah membeli Iphone yang ia inginkan yaitu Iphone Xr.<sup>68</sup>



---

<sup>68</sup> Lukman Hakim, (Member Melia Banyuwangi), *Wawancara*, Banyuwangi 20 Desember 2021

## Gambar 1.6

(Seorang anak sekolah)



Narasumber yang kedua adalah seorang mahasiswi semester 6 dari UNUSA (Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya) bernama Freya Eli Aini. Ia adalah anak dari 2 bersaudara yang dikenal begitu manja pada orang tuanya dengan kecukupan perkenomian keluarganya membuat Freya ini masih belum memikirkan masa depannya, dan belum merasakan susah mencari uang. Pada tanggal 14 Maret 2021 Freya dikenalkan bisnis PT. Melia Sehat Sejahtera oleh kakak tingkatnya waktu di pondok, ia ditawarkan hanya sebatas mengikuti seminar enterprenaur karena jika dilihat dari segi pekenomian ia cukup stabil. Ketika sesi terakhir atau kiat-kiat sukses hatinya merasa terketuk dengan ucapan presentator yang

mengatakan “roda pasti berputar, jika kita tidak mau berjuang kerja keras di usia muda, kita akan mengganggu itu semua di usia tua kita” dengan kata-kata itu membuat dirinya bergabung di bisnis Melia. Modal yang dilakukan Freya berawal dari keyakinan dan nekat karena orang tua tidak merestui dan tidak memberi modal pada Freya, kemudian dengan keyakinan ia kepada Allah bahwa di balik kesusahan pasti ada kemudahan dan dia memutuskan untuk menjual laptop serta perhiasan yang ia miliki.<sup>69</sup> Lanjut setelah itu ia mengerjakan bisnis Melia dengan semangat hingga dalam kurun waktu 1 bulan ia berhasil tembus bonus 2,3 juta yang kemudian di buat untuk membeli laptop lagi dan membelikan sebuah cincin emas untuk sang adik. Setelah itu lanjut untuk mengerjakan bisnis Melia serta pendampingan member-membarnya, ia menjadi salah satu leader di Surabaya yang mempunyai jaringan di Madura, Malang, Sidoarjo, dan Surabaya. Berkat kerja keras yang ia lakukan untuk membantu jaringannya, tanpa ia sadari bonus masuk dengan jumlah besar dalam kurun waktu 2 bulan ia bisa tembus 6 juta yang kemudian ia belikan untuk impiannya yaitu Iphone Xr *Red Edition*. Setelah ia membeli Iphone ia menunjukkan bonus tersebut pada orang tuanya yang sejak awal sudah melarang untuk join di Bisnis Melia. Semakin berkembangnya jaringan dan banyak pencapaian dari para member-membarnya ia tak henti untuk membantu pendampingan kanan kiri hingga ia awal tahun 2022 bulan Januari ia berhasil membeli impian berikutnya yaitu Sepeda Motor Vespa dengan harga kurang lebih 40 Juta. Ia merasa sangat bersyukur dengan dirinya karena sudah menjadi sosok

---

<sup>69</sup> Freya, (Member Melia Surabaya), *Wawancara*, Surabaya 22 Februari 2022

manusia yang bermanfaat buat banyak orang dan mensukseskan member-  
 membernya juga.



**Gambar 1.7**  
**(Seorang ibu rumah tangga)**

Gambar 1.7. Dalam wawancara yang saya lakukan oleh ibu jumainah atau kalau dipanggil bu Jum adalah seorang ibu rumah tangga yang latar belakangnya hanyalah seorang penjual buah dan cuma lulusan smp saja dengan penghasilan bersihnya rata-rata 100-150 ribu tiap harinya, tetapi jika buah-buahnya sudah rusak terpaksa beliau harus menanggung kerugian dan membuang buah-buahan tersebut. Harapan yang beliau inginkan adalah membahagiakan anak-anaknya dengan memberikan apa yang anak-anaknya inginkan, karena jika dilihat dari penghasilan sang suami beserta dirinya itu hanya sebatas untuk makan dan beberapa kebutuhan rumah tangganya saja tidak lebih dari itu. Sebelumnya ibu Jumainah ini sudah pengalaman kerja di berbagai tempat hingga memutuskan untuk berjualan saja karena mempunyai anak kecil yang tidak bisa di tinggal dan bu Jumainah selalu berdoa ingin punya penghasilan tambahan untuk mencukupi keluarganya. Hingga dikenalkan bisnis Melia oleh orang yang tak dikenal. Dengan modal

meminjam pada saudaranya beliau bergabung dibisnis Melia dan dalam prosesnya mengikuti setiap rangkaian acara yang diselenggarakan oleh para leader akhirnya Bu Jumainah ditahap awal berhasil tembus bonus yang cukup fantastis dalam kurun waktu 1 ½ bulan mencapai 8 Juta lebih dan kemudian beliau menabungkan semua bonus nya untuk edukasi finansial dengan membeli 9 keping emas. Impian dari ibu Jumainah sendiri masih banyak yang belum terwujudkan, salah satunya pun ingin berangkat ke tanah suci Makkah untuk naik Haji. <sup>70</sup>



Narasumber ke 4 saya ambil dari mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya dari jurusan Psikologi bernama Kak Azis yang merupakan salah satu leader dengan jaringan cukup banyak. Kak Azis merupakan seorang alumni dari pondok pesantren Darul Ulum Jombang yang sebenarnya di Surabaya hanya sebatas kuliah dan mengikuti banyak organisasi. Ternyata menjadi mahasiswa di Surabaya beliau membutuhkan penghasilan tambahan bagi seorang perantauan seperti dirinya dan beliau ingin meringankan beban orangtuanya yang di Tuban dengan hasil jerih payah ia sendiri. Tidak lama kemudian ia di perkenalkan bisnis melia oleh teman pondoknya dulu yang kuliah di UNESA dan dia

<sup>70</sup> Jumainah, (Member Melia Sidoarjo), *Wawancara*, Surabaya 22 Februari 2022

meyakini bahwa bisnis melia adalah jawaban dari doa-doanya yang selama ini ia panjatkan. Tanpa sepengetahuan otangtuanya Kak Azis ini merintis kota Surabaya di awal tahun 2016. Dalam etos kerjanya beliau sudah menerapkan dari sejak di pondok bahwa ketika ia melakukan segala sesuatu selalu di niat dengan ibadah pada Allah. Motif yang di sampaikan oleh Kak Azis adalah *أَنْفَعُهُمُ لِلنَّاسِ خَيْرُ النَّاسِ* bahwa sebaik-baik manusia adalah dia yang selalu bermanfaat buat orang banyak. Dalam perjuangan yang Kak Azis lakukan selalu memiliki niat yang merujuk pada Agama dan ke Tuhan-an. Hingga pada tahun 2019 ia berhasil pencapain dengan prestasinya membeli 1 unit mobil Xpander yang ia hadiahkan untuk kedua orangtuanya. Setelah itu dalam kurun waktu 6 bulan Kak Azis membangun rumah kedua orangtuanya yang di Tuban dari hasil 100% lewat bisnis melia sehat sejahtera. Dan kemudian pada tahun 2020 sebuah impian dari sang ibu adalah berangkat ke Tanah Suci Makkah untuk naik Haji, semua terwujudkan melalui bisnis melia. Yang awalnya dilarang keras oleh kedua orangtuanya tetapi Kak Azis menyadari bahwa sosok seorang orangtua hanyalah khawatir dan ia tetap meminta ridho pada Allah, karena yang hanya tau niat Kak Azis untuk kedua orangtuanya adalah Allah semata.<sup>71</sup>

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

---

<sup>71</sup> Azis, (Leader Melia Jawa Timur), *Wawancara*, Surabaya 15 Februari 2022.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

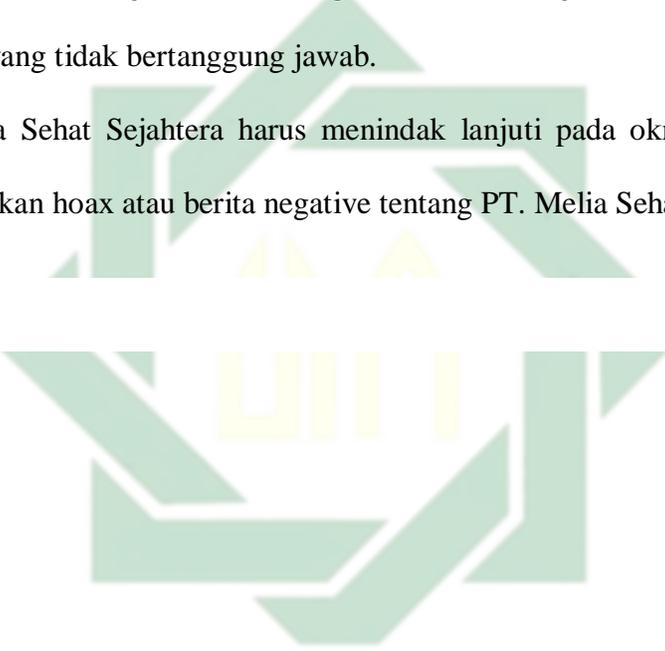
Dari hasil penelitian skripsi yang berjudul “Komodifikasi Agama dalam Bisnis MLM PT. Melia Sehat Sejahtera”, peneliti memberi kesimpulan sebagai berikut ini:

Penggunaan komodifikasi agama oleh PT. Melia Sehat Sejahtera ternyata mampu meningkatkan pendapatan, disamping itu juga member merasakan peningkatan kesejahteraan. Anggota member yang awalnya tidak mempunyai pendapatan dengan seringnya menggunakan komodifikasi agama peneliti menemukan kecenderungan keberhasilan dari para member yang membuahkan hasil. Artinya dari perusahaan PT. Melia Sehat Sejahtera dari hasil komodifikasi agama ini memberikan dampak dari pendapatan dan perubahan finansial untuk mensejahterahkan anggota membernya.

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## B. Saran

1. Untuk para member dan leader bisnis MLM PT. Melia Sehat Sejahtera tetap untuk mempertahankan dan membantu kehidupan masyarakat Indonesia jauh lebih baik lagi
2. PT. Melia Sehat Sejahtera tetap selalu berpihak kepada member dan menjaga pandangan bisnis MLM ini dengan benar
3. PT. Melia Sehat Sejahtera lebih tegas menindak lanjuti ketika ada oknum-oknum member yang tidak bertanggung jawab.
4. PT. Melia Sehat Sejahtera harus menindak lanjuti pada oknum masyarakat yang menyebarkan hoax atau berita negative tentang PT. Melia Sehat Sejahtera.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Syafiq A Mughni. 2001. *Nilai-Nilai Islam Perumusan Ajaran dan Upaya Aktualisasi*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.
- Putra, Nusa. 2016. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta. Rajawali Pers.
- Yusup Priya, TW. Utomo. 2006. *Etika Protestan dan Spirit Kapitalisme*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.
- Ahmad Tanzeh. 2004. *Metodologi Penelitian Praktis*. Jakarta Pusat. PT. Bina Ilmu.
- Winardi. 2000. *Kapitalisme Versus Sosialisme*. Bandung. Remaja Karya.
- Pip Jones. 2003. *Pengantar Teori-Teori Social: Dari Teori Fungsionalisme Hingga PostModernisme*. Jakarta. Pustaka Obor.
- Santosa, Benny. 2003. *All About MLM*. Yogyakarta. Andi Media.
- Depdiknas. 2002. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta. Balai Pustaka.
- Buku Panduan Melia.
- SOP (Standar Operasional Prosedur) Melia.

### Jurnal dan Skripsi

- Maharani. *Eksistensi MLM Tiens Syariah dalam Peningkatan Kesejahteraan Anggota di Kota Parepare*. Skripsi. Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam IAIN Parepare.
- M. Lukman. *Analisis Bisnis MLM Perusahaan Herbalife Nutrition Berdasarkan Fatwa MUI NO 75/DSN MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang*. Skripsi. Fakultas Hukum dan Universitas Muhammadiyah.
- Rendi. *Analisis Hukum Islam tentang Implementasi Sistem Marketing Plan Bisnis MLM Melia sehat Sejahtera*. Skripsi. Fakultas Syariah dan UIN Raden Lampung.
- Mujahidatun Nafis. *Penerapan Strategi Pemasaran di PT. Melia Sehat Sejahtera Cabang Bandar Lampung dalam Meningkatkan Penjualan Produk Herbal, Skincare, dan Kosmetik*. Skripsi. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan.
- Muhlis Adi. *Etos Kerja dalam Ajaran Agama Islam Ditinjau dari Perspektif Max Weber*. Skripsi. Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama UIN Mataram.
- Rendi Karno. *Analisis Hukum Islam tentang Implementasi Sistem Marketing Plan Bisnis MLM PT. Melia Sehat Sejahtera*. Skripsi. Fakultas Ekonomi UIN Raden Intan.

Ima, Aan. Pengaruh Nilai Islam Terhadap Kinerja Kerja. *Jurnal Mimbar*. Vol. 29. No. 2. Malang, Januari, 2013.

Warmayana. Pemanfaatan Digital Marketing dalam Promosi pada Era Industri. *Jurnal Pariwisata Budaya*. Vol. 3. No. 2. Jakarta, Desember, 2018.

Hasan, Harisatun. Syariah Branding Komodifikasi Agama dalam Bisnis Waralaba di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Bisnis*. Vol. 13. No. 1. Jakarta, Juni, 2019.

Helaluddin. Mengenal Lebih Dekat Pendekatan Fenomenologi : sebuah peneliti kualitatif

Dedi Mahyudi, Pendekatan Antropologi dan Sosiologi dalam Studi Islam.

Husna. Komodifikasi Agama: Pergesaran Praktik Bisnis dan Kemunculan Kelas Menengah Muslim. *Jurnal Komunikasi Global*. Vol. 2. No.2. Bandung, Juni, 2018.

A. Zaenurrosyid, Lucy. Komodifikasi Agama dalam Islamic Tourism dan Aktivitas Ekonomi. *Jurnal Islamic Review*. Vol. V. No.2. Jakarta, Juni, 2016.

Mujib, Abdul. Pendekatan Fenomenologi dalam Studi Islam. *Jurnal Pendidikan Islam*. Vol. 6. No. 2. Surakarta, Januari, 2015.

Khulafi, dkk. Analisis komunikasi pemasaran PT. Melia Sehat Sejahtera. EJournal Ilmu Komunikasi.

Farah. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mhasiswa Berbisnis dengan Sistem MLM (Studi Kasus: Member PT. Melia Sehat Sejahtera). *Jurnal Bisnis*. Vol. 2. No. 1.

M. Fakhururoji. Privatisasi Agama: Globalisasi dan Komodifikasi Agama.

Marimin. *Bisnis Multi Level Marketing dalam Pandangan Islam*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam. Vol. 2. No. 2.

### **Al-Qur'an**

Al-Qur'an, 16:90.

Al-Qur'an, 5:8.

Al-Qur'an, 40:60.

Al-Qur'an, 49:13.

Al-Qur'an, 16:69.

Al-Qur'an, 13-11.

Al-Qur'an, 34:39.

Al-Qur'an, 9:105.

### **Wawancara**

Lukman Hakim. Wawancara. Banyuwangi 20 Desember 2021.

Freya. Wawancara. Surabaya 22 Februari 2022.

Jumainah. Wawancara. Surabaya 22 Februari 2022.

Azis. Wawancara. Surabaya 15 Februari 2022.

Novita. Wawancara. Surabaya 20 Februari 2022.

Ardi. Wawancara. Surabaya 20 Februari 2022.

Adi Maulana. Wawancara. Surabaya 13 Januari 2022.



### **Lampiran**