

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

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

Hukum Islam sangat memahami dan menyadari bahwa karakteristik muamalah akan selalu berubah secara dinamis termasuk perkembangan sistem serta budaya dalam menjalankan bisnis. Oleh karena itu, Islam memberikan jalan bagi umatnya untuk melakukan berbagai improvisasi dalam berbisnis. Seperti yang kita ketahui bahwa saat ini perkembangan dunia bisnis mengalami percepatan yang sangat pesat, tidak lain juga karena didukung oleh perkembangan sistem teknologi. Beberapa faktor yang mempengaruhi perkembangan tersebut salah satunya karena arus globalisasi yang menuntut bagi para pengusaha untuk terus berkembang. Hal utama yang signifikan dari keberadaan era globalisasi apabila seorang pengusaha tidak selalu siap dengan perubahan yang cepat, maka bisnisnya akan tersingkir oleh bisnis yang lain. Hal tersebut menjadi logis jika seseorang tidak mampu berkembang, maka ia harus mampu bertahan dalam dunia bisnis.

Bisnis merupakan kegiatan yang berhubungan dengan masyarakat dan berhubungan dengan produksi, distribusi dan jual beli barang. Bukan hanya terfokus mencari keuntungan semata, namun juga harus mengimbangnya dengan nilai-nilai kemanusiaan yang berlaku dalam kehidupan, yaitu nilai akhlakul karimah (Anis, 2009: 21). Dalam kondisi saat ini masyarakat mulai peka dengan bisnis yang dianggap tidak wajar dan tidak etis untuk dijalani. Maka dari itu, hal utama yang perlu diutamakan dalam menjalankan suatu

aktifitas bisnis dan ekonomi ialah dengan mengutamakan keadilan dan keseimbangan dalam perolehan laba, yaitu *fair profit* dan *just profit*.

Dalam era pasar bebas (*free market*), masyarakat akan ditawari berbagai macam produk dari berbagai penjuru dunia tanpa adanya halang rintang perdagangan. Tidak ada lagi biaya masuk atas barang impor dengan alasan untuk melindungi produk dalam negeri dari persaingan bisnis, dan tidak ada lagi subsidi produk dalam negeri untuk rakyat agar harga produk lokal lebih murah dibanding produk impor (Anis, 2009: 22). Situasi tersebut banyak memunculkan problem yang harus dihadapi oleh umat Islam sebagai mayoritas konsumen terkait nilai dan mutu produk. Oleh karena itu setiap orang dituntut untuk mengenal lebih jauh tentang berbagai produk yang ditawarkan beserta produsen yang menawarkan. Hal tersebut tidak bertujuan untuk mempersempit ruang gerak transaksi dan relasi usaha antara produsen dengan konsumen atau sebaliknya, namun ditujukan untuk memelihara keseimbangan antara hak dan kewajiban keduanya agar terhindar dari praktek transaksi *gharar* dan *zalim*.

Bagi masyarakat Indonesia, terutama para pelaku bisnis, istilah *Multi Level Marketing* (MLM) sudah tidak asing lagi karena tidak sedikit dari perusahaan yang memasarkan produknya melalui sistem tersebut. Sampai saat ini sudah lebih dari 100 perusahaan yang mengakui dirinya menggunakan sistem MLM. Sistem pemasaran ini menjadi sangat menarik karena melibatkan masyarakat sebagai konsumen dalam memasarkan produk. Tidak hanya bisa menikmati manfaat tersebut, namun konsumen juga bisa memperoleh insentif atau hadiah-hadiah yang ditawarkan produsen. Semua penjualan MLM

dilakukan melalui “penjualan langsung” (*direct selling*) (Peter J. Clothier, 1994: 9). Ini dirumuskan oleh Direct Selling Association sebagai berikut: “Penjualan barang-barang konsumsi langsung ke perorangan, di rumah-rumah maupun di tempat kerja mereka, melalui transaksi yang diawali dan diselesaikan oleh tenaga penjualnya”.

Konsep dasar MLM sangat sederhana dan menarik. MLM memiliki berbagai macam model dan setiap perusahaan tentu memiliki spesifikasi tersendiri. Konsep MLM digunakan lebih jauh dari 50 tahun yang lampau dan berbagai macam variasi-nya telah dipraktekkan sejak adanya perdagangan. Jaringan bisnis penjualan langsung (*direct selling*) MLM masuk ke Indonesia pada tahun 80-an dan sampai saat ini bisnis itu bertambah subur setelah badai krisis moneter dan ekonomi tahun 1998. Para pelaku bisnis yang terjun di dunia MLM memanfaatkan situasi krisis untuk menawarkan solusi kerja *part time* tapi bisa mendatangkan penghasilan besar.

Contoh paling awal berdirinya sebuah perusahaan MLM yaitu Nutrilite dari California. Perusahaan ini berdiri sejak tahun 1930-an yang mengembangkan bisnisnya dalam produk makanan tambahan. Produk-produk Nutrilite didistribusikan dengan cara penjualan langsung, namun perusahaan ini hanya berjaya sampai tahun 1950-an, ketika perusahaan tersebut mulai mengalami sejumlah kesulitan manajemen dari dalam. Pada tahun 1959 (Peter J. Clothier, 1994: 11), dua orang keluar dari perusahaan itu bersama kelompok distributor mereka dan membuat kelahiran sebuah perusahaan baru, yaitu perusahaan Amway yang mengembangkan jalur bisnisnya dalam produk bahan

pembersih rumah tangga. Tidak lama kemudian setelah pemisahan ini, ironisnya Nutrilite telah diakuisisi oleh Amway Corporation yang telah berhasil melebarkan sayapnya dan mendapat legalitas sebagai perusahaan *Multi Level Marketing*.

Pada tahun 2000-an masyarakat Indonesia mulai mengalami demam MLM, tidak sedikit dari mereka terpedaya oleh bujuk rayu beberapa distributor produk MLM. Bisnis ini menjanjikan sebuah pendapatan yang fantastis, namun tidak sedikit belakangan ini terlihat mengalami kelesuan karena muncul beberapa bisnis yang menggunakan modus pemberian label syariah seiring dengan semakin banyaknya sistem transaksi/keuangan syariah. Permasalahannya kemudian adalah, benarkah bahwa perusahaan yang mengusung sistem MLM dengan berlabel syariah itu benar-benar telah memenuhi standart syariah dan apa sejatinya parameter kesyariahan MLM tersebut.

Hal itu menjadikan sistem *Multi Level Marketing* (MLM) haram karena yang *pertama*, terdapat unsur riba didalamnya. Jika ingin bergabung anggota diwajibkan untuk membayar biaya member agar mendapatkan hasil yang lebih besar dari biaya yang dikeluarkan (Bety Fadilah, 2015: 4-5). Keberadaan produk tidak berpengaruh besar terhadap keberlangsungan bisnis ini. Yang terjadi ialah perusahaan lebih menitikberatkan pada perekrutan member, bukan pada penjualan produk.

Hal tersebut sebagaimana ditegaskan dalam al-Qur'an surat al-Baqarah ayat 275 :

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

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

*Kedua, sistem ini termasuk gharar karena setiap anggota tidak akan tau apakah akan mendapatkan member dibawahnya dalam kurun waktu yang ditargetkan. Jika member tersebut berhasil merekrut member dibawahnya, maka ia akan mendapatkan bonus seperti apa yang dijanjikan oleh perusahaan. Sebaliknya jika tidak berhasil, maka ia tidak akan mendapatkan apapun dari*

perusahaan. Hal itu tentunya membutuhkan usaha yang cukup keras, karena untuk meyakinkan seseorang agar bersedia bergabung dalam bisnis *Multi Level Marketing* bukanlah hal yang mudah. *Ketiga*, terdapat unsur *maysir* didalamnya karena para anggota diperbolehkan menjual barang dengan menentukan harganya sendiri, tidak ada prosedur penjualan ataupun patokan harga dari perusahaan yang wajib dilakukan oleh setiap anggota dalam memasarkan produknya. Maka yang terjadi adalah perbedaan harga barang di setiap distributornya.

*Keempat*, adalah terdapat unsur maksiat. Unsur maksiat yang dimaksud dalam bisnis ini adalah jika suatu hari terjadi kenaikan harga yang sangat tinggi dari harga sebelumnya, maka hal itu akan sangat merugikan konsumen yang lama maupun yang baru akan bergabung. *Kelima* adalah unsur *dzulm*. *Dzulm* yang dimaksud adalah jika ada unsur tutup poin didalamnya, setiap anggota diwajibkan untuk memenuhi target dalam waktu yang sudah ditentukan agar mendapatkan bonus atau komisi, sebaliknya jika anggota tidak mampu memenuhi target yang sudah ditentukan, maka ia tidak akan mendapatkan apapun dari perusahaan sesuai dengan peraturan yang sudah ditetapkan. (Bety Fadilah, 2015:6).

Terkait dengan adanya permasalahan-permasalahan diatas, maka pada tahun 2009 DSN-MUI membuat fatwa tentang pedoman penjualan langsung berjenjang syariah (PLBS). Fatwa tersebut menjelaskan tentang PLBS atau MLM Syariah. Syarat dan ketentuan secara umum maupun hukum tentang

bisnis MLM yang diperbolehkan tertuang secara detail dan jelas dalam fatwa tersebut.

Beberapa persyaratan yang harus dipenuhi oleh pemohon bisnis MLM Syariah yaitu adanya obyek transaksi riil yang diperjualbelikan berupa barang dan atau produk jasa yang tidak diharamkan atau yang tidak dipergunakan untuk sesuatu yang haram. Bonus atau komisi yang diberikan perusahaan kepada mitra harus jelas jumlahnya sesuai dengan usaha yang dilakukan. Tidak diperbolehkan adanya komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa. Dalam pemberian komisis atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak boleh menimbulkan *ighra* atau ketidakjelasan. Pada saat pembagian bonus perusahaan tidak boleh mengeksploitasi dan tidak adil antara anggota pertama dengan anggota berikutnya (Fatwa DSN-MUI No.75, 2009:7).

Pada sistem perekrutan keanggotaan, bentuk penghargaan dan acara seremonial yang dilakukan perusahaan tidak boleh mengandung unsur yang bertentangan dengan aqidah, syariah dan akhlak mulia, seperti *syirik*. Mitra usaha yang melakukan perekrutan keanggotaan wajib memberikan pembinaan serta pengawasan kepada anggota yang direkrutnya dan tidak diperbolehkan melakukan kegiatan *money game*. Praktek penjualan dengan sistem MLM memungkinkan kerugian bagi banyak masyarakat. Adanya unsur *gharar* atau ketidakjelasan dalam bertransaksi dan menuntut para mitra membayar sejumlah uang tanpa mendapat produk seperti halnya *money game*. *Money Game*

biasanya terdapat pada marketing-plan dengan skema piramida dan itu diharamkan dalam Islam (Fatwa DSN-MUI No.75, 2009:7).

Salah satu bisnis MLM di Indonesia yang saat ini sedang ramai diperbincangkan adalah *Paytren*, sebuah perusahaan yang menyediakan produk/layanan teknologi di bidang micropayment untuk pembayaran listrik, isi pulsa, pembelian tiket, pembayaran internet, BPJS, belanja online, pengiriman uang dll, yang bisa di install pada smartphone android dan IOS. Perusahaan ini didirikan oleh Yusuf Mansur dan berlokasi di Bandung tepatnya pada bulan Juni 2013. Dalam kurun waktu 5 bulan setelah perusahaan ini berdiri, mitra *Paytren* berhasil menembus 110.000 member.

Sejauh ini *Paytren* sudah mengikuti ketentuan syariah dengan mendapatkan kajian dan evaluasi dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) melalui Dewan Syariah Nasional (DSN) agar memenuhi ketentuan syariah dari segi bisnis sehingga halal berdasarkan Islam. Sedangkan pengertian dari MLM Syariah itu sendiri ialah sebuah sistem pemasaran yang dalam penerapannya didasarkan pada nilai-nilai ekonomi syari'ah yang berlandaskan tauhid, akhlak dan hukum muamalah (Kuncoro, 2009: 26). Mitra *Paytren* tidak hanya dapat memanfaatkan *Paytren* sebagai sarana transaksi berbagai kebutuhan pribadinya, namun sekaligus dapat menjadi penyedia jasa transaksi bagi pihak lain (perorangan atau institusi).

*Paytren* akan memberikan tambahan pendapatan dari pembayaran-pembayaran rutin dalam bentuk cashback transaksi. *Paytren* juga membagi sebagian biaya admin transaksi kepada mitranya yang melakukan transaksi.

Maka peluang keuntungan riil yang mungkin diperoleh setiap mitra ketika berbisnis *Paytren* adalah margin penjualan/pembayaran transaksi dan cashback transaksinya, dengan kata lain semakin banyak transaksi yang dilakukan maka semakin besar pula profit yang diperoleh. Namun pada kenyataan yang saya temui di lapangan, banyak member *paytren* yang bergabung hanya untuk konsumsi sendiri, dengan kata lain mereka tidak begitu tertarik untuk memasarkan produk layanan yang ada didalam aplikasi tersebut dan juga tidak tertarik untuk mencari downline.

Ketika multi level marketing semakin semarak maka banyak ulama yang memperlmasalahkan. Karena sebagian besar MLM hanya menitik beratkan pada perolehan downline dan tidak mementingkan produk. Karena itulah, dalam MLM yang menerapkan sistem ini, member yang bisa mendatangkkan banyak downline namun sedikit membeli produk , dinilai lebih produktif dibandingkan member yang banyak membeli produk, namun tidak memiliki downline. Ukuran produktifitas downline tidak diukur dari banyaknya belanja produk, tapi dari kemampuan dia bisa menarik downline (Baits, 2017).

Adapun pernyataan dari Yusuf Mansyur (2017) selaku owner dalam media sosialnya terhadap keterbukaannya tentang hukum *Paytren*:

“Halal haram *Paytren* itu tidak bisa dengan diamati dari luar, menduga-duga lalu menetapkan haram. Padahal, belum bicara dengan kami, belum bicara dengan Prof. Syafii Antonio, belum bicara dengan Dr. Irfan Syauqi Beik, dan belum ngobrol dengan direksi untuk pendalaman tentang *Paytren*. InsyaAllah *Paytren* sangat terbuka. DSN MUI pun masih tetap diproses. Dan saya kepengen *Paytren* menghargai proses. Gak mentang-mentang ada saya, ada Prof. Syafii Antonio, dan Dr. Irfan Syauqi Beik lalu langsung ketok halal MUI. Enggak, biar saja berproses. Dan saya pribadi selalu menekankan , sempurnakan sampai syariah 100%. Sementara itu Bismillah. Semua insyaAllah sudah on the track.

Kami selalu berusaha untuk tidak hanya secure secara regulasi pemerintah, tapi juga secara agama.”

Dengan pernyataan ini maka penulis akan mencoba mengungkap banyak hal dari sistem operasional *Paytren* tersebut apakah sudah sesuai dengan praktik dilapangan atau belum meskipun saat ini *Paytren* sudah berhasil mendapatkan label Halal dari DSN MUI. Untuk membahas permasalahan tersebut maka penulis mengangkat judul **ANALISIS KESESUAIAN SYARIAH PADA SISTEM OPERASIONAL BISNIS MULTI LEVEL MARKETING (MLM) DENGAN FATWA DSN MUI NO: 75/DSN-MUI/VII/2009 TENTANG PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH (STUDI KASUS: PT. VERITRA SENTOSA INTERNASIONAL).**

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana sistem operasional *Multi Level Marketing* (MLM) pada Veritra Sentosa Internasional?
2. Bagaimana pandangan Fatwa DSN MUI No:75/DSNMUI/VII/2009 terhadap sistem operasional *Multi Level Marketing* (MLM) Veritra Sentosa Internasional?

## **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai permasalahan yang diteliti, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menjelaskan sistem operasional bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) Veritra Sentosa Internasional.

2. Menjelaskan sejauh mana pandangan Fatwa DSN MUI No:75/DSN-MUI/VII/2009 terhadap sistem operasional bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) Veritra Sentosa Internasional.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada banyak pihak, antara lain bagi masyarakat luas, peneliti, maupun bagi anggota/member yang tergabung dalam *Multi Level Marketing* (MLM) VSI dalam menjalankan bisnis yang sesuai dengan ketentuan syari'ah.

##### **1. Manfaat Teoritis**

Diharapkan mampu memberikan wacana ilmiah secara komprehensif mengenai persoalan-persoalan dalam system operasional, sehingga menjadikan kontribusi yang positif bagi masyarakat luas, khususnya kalangan intelektual muslim.

##### **2. Manfaat Praktis**

Untuk pedoman analisis hukum Islam dan Fatwa DSN MUI terhadap system operasional *Multi Level Marketing* (MLM) agar dijadikan bahan kajian dan tolak ukur bagi semua pihak yang terlibat dalam kegiatan *Multi Level Marketing* (MLM) *Paytren* Indonesia khususnya dan masyarakat pada umumnya untuk berbisnis secara Islami

#### **E. Sistematika Pembahasan**

Pembahasan skripsi ini akan dibagi menjadi lima bab, yang masing-masing bab terdiri dari beberapa sub bab. Maka penulis mengklasifikasikan penulisannya yaitu sebagai berikut:

Bab I adalah pendahuluan, yang berisikan Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Pembahasan.

Bab II adalah Tinjauan pustaka dan kerangka teori yang berisi tentang uraian : gambaran singkat tentang profil lembaga MUI, tugas pokok DSN (Dewan Syariah Nasional), mekanisme dan kedudukan fatwa, fatwa DSN MUI No: 75/DSN MUI/VII/2009, *Multi Level Marketing* (MLM), Penjualan langsung atau penjualan berjenjang, Perbedaan pokok antara *Multi Level Marketing* (MLM) asli dan *Multi Level Marketing* (MLM) palsu, Skema pyramid atau jaringan *Multi Level Marketing* (MLM) terlarang, *Money game*.

Bab III adalah Metodologi Penelitian yang berisi tentang uraian jenis penelitian, sumber data, tempat dan lokasi penelitian, populasi dan sample, teknik pengambilan data, informan penelitian, teknik penentuan informan, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, analisis data serta teknik keabsahan data.

Bab IV tentang pembahasan Analisis Fatwa DSN MUI terhadap system operasional *Multi Level Marketing* (MLM) PT VSI, deskripsi singkat profil berdirinya VSI, visi dan misi, produk dan harga, sistem operasional perekrutan member, rencana pemasaran dan jejaring karir, serta pelatihan member *Paytren*.

Bab V Penutup, yang terdiri dari kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan serta saran yang dipandang berkenan dengan pembahasan skripsi.