

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

#### A. Tinjauan Pustaka

Bisnis dengan memanfaatkan sistem jaringan menjadi berita terhangat pada era modern ini, sehingga banyak sekali tulisan yang membahas mengenai perkembangan bisnis tersebut. Baik pembahasan yang berbentuk penelitian lapangan maupun secara teoritik. Diantaranya adalah sebagai berikut.

1. Hasil penelitian Ahmad Karasi (2015) dalam skripsi yang berjudul *Praktek Bisnis MLM Tianshi Syariah Indonesia Dalam Perspektif Etika Deontologi Immanuel Kant (Study pada MLM Tianshi Syari'ah)*. Penelitian ini memandang etika bisnis MLM Tianshi Syari'ah dari sudut pandang etika Deontologi Immanuel Kant, yang dimana bisnis bukan hanya sekedar hubungan jual beli yang hanya memikirkan untung rugi, namun juga ada etika yang harus dilaksanakan. Etos kerja yang dimiliki para distributornya adalah bahwa mereka merasa MLM Tianshi Syari'ah merupakan bisnis miliknya, dengan begitu kesuksesan usaha tersebut sepenuhnya ada di tangan distributor. Maka hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa MLM Tianshi Syariah sudah sesuai dengan etika Deontologi yang mana Immanuel Kant memandang bahwa perbuatan moral itu dapat diketahui dengan kata hati dan melakukan kewajiban merupakan norma perbuatan baik.

Berdasarkan penelitian tersebut, diketahui bahwa penelitian terdahulu bertujuan untuk mendeskripsikan dengan sebenar-benarnya bagaimana praktik bisnis Tianshi yang sesungguhnya. Sedangkan tujuan penelitian yang akan dilakukan adalah untuk menjelaskan sejauh mana pandangan atau kedudukan fatwa DSN MUI No:75/DSNMUI/VII/2009 terhadap sistem operasional bisnis *Multi Level Marketing (MLM) Paytren*

2. Hasil Penelitian Siti Muddiyo Ningsih (2016) dalam skripsi yang berjudul *Studi Komparasi Antara Fatwa DSN MUI No:75/DSNMUI/VII/2009 dan Peraturan Menteri Perdagangan RI No:32/M-DAG/PER/8/2008 Terhadap Kegiatan Usaha Perdagangan Dengan Sistem Penjualan Langsung (Study pada PT. Duta Network Indonesia)*. Hasil penelitian yang diperoleh dalam tinjauan Fatwa DSN-MUI No:75/DSNMUI/VII/2009 pada usaha perdagangan dengan sistem penjualan langsung di PT. Duta Network Indonesia berjalan sesuai dengan Fatwa DSN-MUI tersebut. Produk/jasa yang diperdagangkan adalah jelas/riil. Dalam pembagian bonus dilakukan secara adil, sesuai prestasi, hasil kerja, dan sesuai proporsi masing-masing member. Sedangkan tinjauan Permendagri No.32/M-DAG/PER/8/2008 usaha PT. Duta Network Indonesia juga berjalan sesuai dengan aturan tersebut. Seperti memiliki identitas kantor yang jelas, legalitas kantor yang jelas baik dalam bentuk perizinan maupun kegiatan usahanya.

Berdasarkan penelitian tersebut, diketahui bahwa penelitian yang akan dilakukan tidak hanya ingin mengetahui bagaimana praktek penyelenggaraan kegiatan usaha perdagangan dengan sistem penjualan

langsung, namun juga untuk menjelaskan sejauh mana pandangan atau kedudukan Fatwa DSN-MUI No:75/DSNMUI/VII/2009 terhadap sistem operasional bisnis *Multi Level Marketing (MLM) Paytren*.

3. Penelitian Safitri, Ramadan, dan Iskandar (2014-2015) dalam jurnalnya yang berjudul *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pembiayaan Haji Dan Umroh Melalui Sistem Multi Level Marketing (MLM) di PT. Mitra Permata Mandiri Cabang Bandung*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sistem MLM pada usaha tersebut berorientasi pada pengembangan dan penambahan member (up-line-down-line) yang memasarkan paket pelayanan haji/umrah dengan metode (PLBS) dengan pola kemitraan. Pada dasarnya hukumnya mubah, akan tetapi kemubahan dalam *Multi Level Marketing (MLM)* bisa berubah menjadi haram jika kemubahan tersebut diisi dengan segala hal yang bersifat mengharamkan. Diharamkan ketika tidak memenuhi rukun jual beli serta akhlak (ertika) yang baik dan terdapat unsur MAGHRIB (*Maysir, Aniaya (zhulm), Gharar, Haram, Riba, Iktinaz/Ihtiar dan Bathil*).

Berdasarkan uraian tersebut, diketahui bahwa penelitian bertujuan untuk mengetahui pemecahan masalah yang dihubungkan dengan apa yang ada pada konsep pembiayaan haji dan umrah dalam Islam dengan sistem marketing MLM pada PT. MPM cabang Bandung. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan bertujuan untuk melakukan tinjauan terhadap sistem operasional bisnis *Multi Level Marketing (MLM) Paytren* berdasarkan pandangan atau kedudukan Fatwa DSN-MUI No:75/DSNMUI/VII/2009.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Kuncoro (2009) dalam jurnalnya yang berjudul *Konsep Bisnis Multi Level Marketing Dalam Perspektif Ekonomi Syari'ah*). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa salah satu hal mendasar yang harus senantiasa dikedepankan dalam aktifitas membangun jejaring bisnis dan ekonomi, termasuk di dalamnya bisnis MLM adalah keadilan dan keseimbangan, yaitu dengan mengedepankan desain kerangka dunia bisnis dan perekonomian yang parallel dengan kohesivitas komunikasi secara vertical (nilai-nilai ketuhanan) yang mengejawentah dalam nilai-nilai kemanusiaan sehingga para pelaku yang terlibat di dalamnya senantiasa berorientasi pada perolehan keseimbangan laba, yaitu *fair profit* dan *just profit*. Bisnis bukan hanya semata-mata tertuju pada perolehan keuntungan yang sebesar-besarnya, tapi juga memperjuangkan nilai-nilai kemanusiaan yang universal, yaitu nilai akhlakul karimah.

Berdasarkan penelitian tersebut diketahui bahwa penelitian berisi tentang pembahasan konsep bisnis multi level marketing dalam perspektif ekonomi syari'ah. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan membahas tentang penjelasan sejauh mana pandangan atau kedudukan Fatwa DSN-MUI No:75/DSNMUI/VII/2009 terhadap sistem operasional bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) *Paytren*. Selain itu, penelitian ini juga dilatarbelakangi oleh semakin maraknya bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) Syari'ah yang tidak sesuai dengan aturan hukum Islam yang berlaku.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Ariyono dan Hakim (2015) dalam jurnalnya yang berjudul *Analisis Kepuasan Jamaah Umrah Terhadap Penerapan Sistem Pemasaran Penjualan Lansung Berjenjang Syariah Pada PT. Arminareka Perdana*. Penelitian ini membahas tentang kepuasan jamaah umrah terhadap penerapan sistem pemasaran penjualan langsung berjenjang syari'ah (PLBS) yang diterapkan oleh PT. Arminareka Perdana seiring adanya fatwa DSN-MUI No.83/VI/2012. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan wawancara menggunakan kuisioner. Jumlah sample 103 responden jamaah umrah PT. Arminareka Perdana dengan 4 variabel yaitu, variabel service, variabel image, variabel proactive service, variabel quality product dan variabel pricing. Hasil analisis ini mengungkap bahwa nilai kepuasan dari 4 variabel tersebut menyimpulkan bahwa 4 variabel bernilai puas dan 1 variabel bernilai sangat puas.

Berdasarkan penelitian tersebut, diketahui bahwa tujuan penelitian dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan jamaah umrah terhadap sistem PLBS di PT. Arminareka Perdana yang merujuk pada fatwa DSN-MUI No.83/VI/2012 tentang penjualan langsung berjenjang syari'ah jasa perjalanan umrah. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan adalah untuk mengetahui sistem operasional bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) *Paytren* apakah sudah berjalan sesuai dengan pandangan atau kedudukan Fatwa DSN-MUI No:75/DSNMUI/VII/2009 tentang penjualan langsung berjenjang syari'ah (PLBS).

6. Penelitian yang dilakukan oleh Wardatul Wildiana (2015) dalam skripsinya yang berjudul *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Pulsa Hand Phone dengan Sistem Multi Level Marketing (Studi kasus pada PT Veritra Sentosa Internasional Semarang)*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hal-hal yang tidak sesuai dengan syari'ah maupun ketentuan perundang-undangan. *Pertama*, pada syarat jual beli tidak diperbolehkan mengandung *gharar* atau ketidakjelasan, dalam hal ini terjadi pada fase perekrutan anggota menjadi mitra pengguna yaitu pada pembelian KP2. *Kedua*, dalam perspektif hukum Islam pada pelaksanaan jual beli pulsa sistem MLM di PT. VSI Semarang telah sesuai dengan hukum Islam tentang syarat dan rukun jual beli, namun dalam praktek pelaksanaan jual beli pulsa pada sistem ini terdapat unsur *gharar*. Dikatakan demikian sistem pembelian KP25, pihak perusahaan tidak menjelaskan diawal akad terkaid keharusan untuk melakukan deposit kembali.

Berdasarkan uraian tersebut, diketahui bahwa penelitian bertujuan untuk membahas tentang bagaimana praktek jual beli pulsa *hand phone* dengan sistem MLM di PT. VSI Semarang apakah sudah berjalan sesuai dengan tinjauan hukum Islam yang berlaku. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan adalah untuk mengetahui sistem operasional bisnis *Multi Level Marketing (MLM) Paytren* secara keseluruhan apakah sudah berjalan sesuai dengan pandangan atau kedudukan Fatwa DSN-MUI No:75/DSNMUI/VII/2009 tentang penjualan langsung berjenjang syari'ah (PLBS).

7. Penelitian yang dilakukan Fadilah (2015) dalam skripsinya yang berjudul *Analisis Fatwa DSN-MUI No.75/DSNMUI/VII/2009 Terhadap Sistem Operasional Multi Level marketing (MLM) (Study kasus Kangen Kenzo Indonesia di Surabaya)*. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa sistem operasional MLM KK Indonesia di Surabaya menggunakan sistem break away. Sistem ini mengembangkan jaringannya mengutamakan kebaruan. Semakin banyak *downline*, semakin besar bonus. Namun yang menjadi kekurangannya adalah member harus mengurus semuanya sendiri. Bonus member diawal karirnya kecil, maka perusahaan mengandalkan bonus perekrutan. Sedangkan pada analisis Fatwa DSN-MUI dapat ditarik kesimpulan bahwa dikaitkan dengan 12 poin persyaratan MLM yang tidak sesuai hanya *excessive mark up*, dikarenakan kelebihan harga yang terjadi dalam hal tersebut tidak menjadi masalah karena setiap perusahaan berhak mematok harga produk sesuai dengan bahan dan kegunaan dari produk tersebut.

Berdasarkan kesimpulan diatas, diketahui bahwa tujuan dari penelitian terdahulu dan saat ini adalah sama, yaitu untuk mengetahui apakah analisis kesesuaian syari'ah sistem operasional bisnis multi level marketing (MLM) sudah sesuai dengan Fatwa DSN-MUI No:75/DSNMUI/VII/2009 tentang PLBS. Perbedaan penelitian ini terletak pada studi kasus, jika MLM KK Indonesia belum mendapatkan sertifikat halal dari MUI, lain halnya dengan *Paytren* yang sudah berhasil mendapatkan sertifikat tersebut, hanya saja ada beberapa indikator yang

perlu dikaji ulang untuk memastikan apakah bisnis tersebut sudah benar-benar berjalan sesuai dengan peraturan fatwa DSN-MUI.

8. Penelitian yang dilakukan oleh Mardalis dan Hasanah (2016) dalam jurnalnya yang berjudul *Multi Level Marketing dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa dalam menyikapi bisnis MLM, perlu adanya wawasan dan pemahaman yang utuh dan mendalam (*kaffah*). Sebab segala bentuk bisnis, termasuk MLM, pada dasarnya adalah boleh jika tidak ada hal-hal yang dilarang syari'ah. Namun jika terdapat unsur-unsur yang diharamkan, maka bisnis tersebut haram hukumnya. MLM adalah salah satu metode penjualan produk yang belakangan ini banyak dipraktekkan karena dianggap efektif. Karena MLM termasuk dalam ilmu mikro, maka aplikasi suatu MLM dengan MLM lainnya tidak sama dalam menjalankan bisnisnya. Terutama jika ditinjau dari segi barang yang dijual dan bentuk transaksi yang dijalankan. Sehingga dalam menetapkan hukum pun juga berbeda antara satu MLM dengan MLM yang lainnya.

Berdasarkan uraian tersebut, diketahui bahwa penelitian bertujuan untuk membahas konsep MLM dalam perspektif ekonomi Islam. Pemicunya tidak lain karena banyak pro-kontra yang sering muncul belakangan ini terkait kebolehan praktik ini dalam transaksi barang maupun jasa. Pemaparan materinya cukup jelas, hanya saja penelitian tersebut tidak dillengkap dengan adanya studi lapangan, melainkan hanya pengulasan sebuah teori. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan adalah berdasarkan

kondisi riil yang terjadi dilapangan, apakah sistem operasional bisnis *multi level marketing* pada *paytren* sudah berjalan sesuai dengan Fatwa DSN-MUI No.75/DSNMUI/VII/2009 tentang penjualan langsung berjenjang syari'ah dan sejauh mana pandangan Fatwa tersebut terhadap *paytren*.

9. Penelitian yang dilakukan oleh Handayani (2015) dalam skripsinya yang berjudul *Sistem Penjualan Langsung Berjenjang Syari'ah (Studi Komparatif Fatwa No.83/DSNMUI/VI/2012 dengan Fatwa Syaikh Shalih Al-Munajjid No.170594 dalam Kitab Fatwa As-Sual Wa Al-Jawab)*. Penelitian ini menggunakan teknik studi kepustakaan (*library research*). Diketahui bahwa dalam sistem penjualan langsung berjenjang syari'ah terdapat dua pendapat, yang pertama DSN-MUI menyertakan penjualan langsung berjenjang dengan akad *tijarah*, sedangkan menurut Syaikh Shalih al-Munajjid menyertakan dengan akad *wakalah* serta beberapa ketentuan didalamnya. Perbandingan kedua fatwa tersebut ditandai dengan adanya perbedaan syarat dan ketentuan anggota pelaksana akad antara wajib membayar objek dan tidak disyaratkan sama sekali untuk membeli objek akad maupun membayar sejumlah uang untuk mendaftar, selain itu juga terdapat bentuk ijtihad yang berbeda dari kedua fatwa diantaranya yaitu bentuk ijtihad secara kolektif dan ijtihad secara individu.

Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui konsep dan akad yang terdapat dalam sistem penjualan langsung berjenjang syari'ah dengan menggunakan analisis data komparatif. Cara membandingkan kedua Fatwa untuk mencari persamaan dan perbedaannya. Sedangkan penelitian yang

akan dilakukan adalah untuk menganalisis kesesuaian syariah sistem operasional bisnis MLM *paytren*, apakah praktik dilapangan sudah berjalan sesuai dengan aturan hukum Islam dan sejauh mana pandangan Fatwa DSN-MUI No.75/DSNMUI/VII/2009 tentang penjualan langsung berjenjang syari'ah.

10. Penelitian yang dilakukan oleh Tommy Adham (2017) dalam skripsinya yang berjudul *Analisis SOP (Standard Operating Procedure) Marketing Plan dan Implementasinya pada Perusahaan Multi Level Marketing Syari'ah Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Islam (Studi Kasus Distributor Tiens Kota Cirebon)*. Saat ini perkembangan unit usaha syari'ah di Indonesia sedang mengalami kemajuan, hal ini dibuktikan dengan banyaknya institusi yang bergerak dalam sektor keuangan seperti bank syari'ah, koperasi syari'ah ataupun yang bergerak dibidang lain seperti MLM syari'ah. Setiap intitusi memiliki SOP plan yang berbeda, termasuk di perusahaan MLM Tiens. Hasilnya adalah prinsip ekonomi syari'ah di dalam pedoman PLBS berlandaskan pada Al-Qur'an, Hadits, dan kaidah Fiqh serta ijtihad MUI. Implementasinya belum sepenuhnya memenuhi fatwa DSN di dalam Pedoman PLBS karena acara seremonial yang diadakan Tiens dalam merayakan hari jadi perusahaan terdapat sesuatu yang dilarang seperti khamr, anggur, dan alkohol.

Berdasarkan penelitian tersebut, diketahui bahwa tujuan penelitian dilakukan untuk mengetahui SOP marketing plan dari perusahaan MLM Syariah Tiens dalam perspektif hukum ekonomi Islam. Sedangkan tujuan

penelitian yang akan dilakukan adalah untuk menjelaskan sejauh mana pandangan atau kedudukan fatwa DSN MUI No:75/DSNMUI/VII/2009 terhadap sistem operasional bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) *Paytren*.

## **B. Kerangka Teori**

### **1. *Multi Level Marketing* (MLM)**

*Multi Level Marketing* (MLM) adalah strategi pemasaran dimana tenaga penjual (*sales*) tidak hanya mendapatkan kompensasi atas penjualan yang mereka hasilkan, tetapi juga atas hasil penjualan sales lain yang mereka rekrut. Tenaga penjual yang direkrut tersebut dikenal dengan anggota "*downline*".

Pada umumnya, tenaga penjual menjual produk perusahaan secara langsung kepada konsumen yang merupakan orang terdekat atau melalui pemasaran dari mulut-ke-mulut. Beberapa pihak menggunakan istilah penjualan *langsung* sebagai sinonim untuk *Multi Level Marketing* (MLM), meskipun pada kenyataannya MLM hanyalah salah satu bentuk dari penjualan langsung (<http://id.wikipedia.org/wiki/html>).

Berikut *pengertian* MLM menurut beberapa para ahli, yang *pertama* menurut *Peter J. Clathier* (1994) MLM adalah suatu cara atau metode menjual barang secara langsung kepada pelanggan melalui jaringan yang dikembangkan oleh para distributor lepas yang memperkenalkan para distributor berikutnya. Penapatan dihasilkan terdiri dari laba eceran dan laba grosir ditambah dengan pembayaran-pembayaran berdasarkan penjualan total kelompok yang dibentuk oleh sebuah komunitas.

*Kedua* menurut David Roller (1995) adalah sistem sebuah induk perusahaan untuk mendistribusikan barang atau jasanya melalui sebuah jaringan orang-orang bisnis yang independen di seluruh dunia. Orang-orang bisnis atau para wiraswastawan ini kemudian mensponsori orang-orang lain lagi untuk *membantu* membantu mendistribusikan barang atau jasanya. Proses orang membantu orang ini bisa diteruskan lagi lewat satu atau beberapa tingkat pemasukan.

Sedangkan menurut penulis *Multi Level Marketing* adalah sistem penjualan berkelompok melalui model kemitraan yang membentuk sebuah komunitas secara bertingkat. Sistem ini lebih memprioritaskan kebersamaan dalam mencapai target omset penjualan sebuah perusahaan. Seorang anggota yang menjadi leader dan mampu membimbing timnya dalam menjual produk perusahaan maka akan diberikan bonus atau komisi sesuai dengan peraturan yang berlaku di perusahaan tersebut. Seorang *leader* berada di posisi atas atau biasa disebut dengan *upline*, sedangkan anggota dibawahnya sebagai *downline*. Pada era ini sistem MLM banyak diterapkan dalam perusahaan yang bergerak di bidang obat-obatan, makanan, kosmetik, pulsa, umroh dan haji serta produk dan jasa lainnya. Sistem MLM mengharuskan *upline* bisa mencari *downline*, selanjutnya *downline* juga harus dapat membangun *downline-downline* dibawahnya agar jaringan MLM yang mereka jalani semakin luas.

Menurut Sabiq (2005) bisnis MLM dijalankan dengan cara sebagai berikut:

- a. Mula-mula pihak perusahaan berusaha menjaring konsumen untuk menjadi member, dengan cara mengharuskan calon konsumen membeli paket produk perusahaan dengan harga tertentu.
- b. Dengan membeli paket produk perusahaan tersebut, pihak pembeli diberi satu formulir keanggotaan (member) dari perusahaan.
- c. Sesudah menjadi member maka tugas berikutnya adalah mencari member-member baru dengan cara seperti diatas, yakni membeli produk perusahaan dan mengisi formulir keanggotaan.
- d. Para member baru juga bertugas mencari calon member-member baru lagi dengan cara seperti diatas yakni membeli produk perusahaan dan mengisi formulir keanggotaan.
- e. Jika member mampu menjaring member-member yang banyak, maka ia akan mendapat bonus dari perusahaan. Semakin banyak member yang dapat dijaring, maka semakin banyak pula bonus yang didapatkan karena perusahaan merasa diuntungkan oleh banyaknya member yang sekaligus menjadi konsumen paket produk perusahaan.
- f. Dengan adanya para member baru yang sekaligus menjadi konsumen tetap produk perusahaan, maka member yang berada pada level pertama, kedua dan seterusnya akan selalu mendapatkan bonus secara estafet dari perusahaan, karena perusahaan sangat diuntungkan dengan adanya member-member baru tersebut.

**a. Penjualan langsung satu jenjang**

Perusahaan yang menjual produk kepada konsumen secara langsung tanpa melalui toko pengecer atau outlet cara semacam ini dinamakan penjualan langsung (*Direct Selling*). Penjualan Langsung satu jenjang seringkali dijumpai di acara iklan televisi yang bersifat khusus. Masyarakat konsumen yang ingin membeli produk tersebut dapat langsung menghubungi nomor telepon yang tertera di televisi dan kemudian membayar harga produk melalui transfer bank. Dengan cara penjualan semacam ini, perusahaan DS/SLM tidak perlu menjual produk melalui jaringan toko pengecer/supermarket. Distributor perusahaan juga tidak perlu merekrut pihak lain untuk menjual produk (Laila: 2015).

**b. Penjualan Berjenjang *Multi Level Marketing* (MLM)**

*Multi Level Marketing* (MLM) dapat diartikan sebagai suatu cara atau metode penjualan secara berjenjang kepada konsumen melalui jaringan pemasaran yang dikembangkan oleh perorangan atau badan usaha yang memperkenalkan barang atau jasa tertentu kepada sejumlah perorangan atau badan usaha lainnya secara berturut-turut yang bekerja berdasarkan komisi atau iuran keanggotaan yang wajar (Laila: 2015).

**c. Perbedaan pokok antara MLM konvensional dan MLM syariah**

(Anis, 2009:32).

**Tabel 2.1 Perbedaan pokok antara MLM konvensional dan MLM**

No	UNSUR	MLM KONVENSIONAL	MLM SYARIAH
1	Sifat	Murni bisnis.	Selain bisnis juga bertujuan untuk memberdayakan ekonomi umat dan dakwah.
2	Orientasi	Duniawi semata.	Dunia-akhirat.
3	kehalalan produk	Produknya belum tentu halal, tidak ada yang berkompeten dalam penentuan halal.	Dijamin halal, karena ada Dewan Pengawas Syariah dalam struktur organisasi.
4	Harga produk	Relatif sangat mahal dan eksklusif.	Murah dan bersaing dengan harga pasar karena tidak <i>dimark-up</i> .
5	Konsumsi produk	Setengah dipaksakan, karena kebanyakan hanya menjadi kebutuhan sekunder.	Konsumsi yang wajar, karena menjadi kebutuhan orang dan keluarganya sehari-hari yang tetap harus dipenuhi dan harganya sesuai dengan pasaran.
6	Strategi pemasaran	Bebas.	Akhlakul karimah dan memenuhi rukun jual beli.
7	Struktur Pengawasan	Dewan Komisaris.	Dewan Pengawas Syariah dan Dewan Komisaris.
8	Bonus/Insentif	Pada tahap tertentu mendapat bonus wisata ke luar	Bonusnya untuk hal-hal yang bermanfaat dan bernilai ibadah.

		negeri yang berorientasi hedonisme.	
9	Frekuensi pertemuan	Pertemuan menjadi media yang sangat vital untuk pengembangan jaringan dan dilakukan secara intensif dan formal karena melibatkan kalangan <i>middle to high-class</i> .	Pertemuan hanya menjadi semacam katalisator dan sifatnya hanya pendukung serta insidental serta dapat diadakan dengan sangat informal karena sifatnya yang menjangkau seluruh kalangan.
10	Produsen produk	Kebanyakan berasal dari luar negeri dan belum tentu muslim.	Kebanyakan berasal dari dalam negeri dan pasti muslim.

#### d. Skema Piramid atau jaringan terlarang MLM

Memiliki cara kerja yang berbeda dengan money game. Skema piramida dapat dianggap sebagai jaringan penjualan berjenjang *Multi Level marketing* palsu. Sedangkan money game umumnya dipraktikan oleh perusahaan yang berkedok perusahaan penjualan langsung satu jenjang (*direct selling/single level marketing*).

Dalam skema piramida, para investor diwajibkan untuk merekrut anggota baru sebanyak mungkin. Jika tidak mampu merekrut anggota baru sesuai ketentuan, maka uang investor yang diuntungkan dalam bisnis skema piramida hanyalah investor yang bergabung paling awal, sementara sebagian investor lainnya hanya akan gigit jari karena kehilangan uang (Laila, 2015: 40).

**e. *Money Game***

*Money Game* (penggandaan uang/permainan uang) secara sederhana dapat diartikan sebagai cara berbisnis yang tidak wajar dan cenderung menipu yang dilakukan oleh perusahaan investasi palsu (Laila, 2015: 40).

**2. Fatwa DSN MUI No: 75/DSNMUI/VII/2009 Tentang PLBS (Penjualan Langsung Berjenjang Syariah).**

**a. Pengertian Fatwa**

Fatwa adalah sebuah istilah mengenai pendapat atau tafsiran pada suatu masalah yang berkaitan dengan hukum Islam. Fatwa sendiri dalam bahasa Arab artinya adalah “nasihat”, “petuah”, “jawaban” atau “pendapat”. Adapun yang dimaksud adalah sebuah keputusan atau nasihat resmi yang diambil oleh sebuah lembaga atau perorangan yang diakui otoritasnya, disampaikan oleh seorang mufti atau ulama, sebagai tanggapan atau jawaban terhadap pertanyaan yang diajukan oleh peminta fatwa (mustafti) yang tidak mempunyai keterikatan. Dengan demikian peminta fatwa tidak harus mengikuti isi atau hukum fatwa yang diberikan kepadanya.

Penggunaannya dalam kehidupan beragama di Indonesia, fatwa dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia sebagai suatu keputusan tentang persoalan ijtihadiyah yang terjadi di Indonesia guna dijadikan pegangan pelaksanaan ibadah umat Islam di Indonesia. Kata fatwa ini masih berkerabat dengan kata petuah dalam bahasa Indonesia (Wikipedia).

Fatwa dalam definisi klasik bersifat opsional “*ikhtiyariah*” (pilihan yang tidak mengikat secara *legal*, meskipun mengikat secara moral bagi *mustafti* (pihak yang meminta fatwa), sedang bagi selain *mustafti* bersifat “*ilamiyah*” atau informatif yang lebih dari sekedar wacana. Mereka terbuka untuk mengambil fatwa yang sama atau meminta fatwa kepada *mufti* seorang ahli yang lain (Mujiatun, 2012).

Fatwa adalah jawaban resmi terhadap pertanyaan dan persoalan yang menyangkut masalah hukum. Fatwa berasal dari kata bahasa arab *al-ifta'*, *al-fatwa* yang secara sederhana berarti “pemberian keputusan”. Fatwa bukanlah sebuah keputusan hukum yang dibuat dengan gampang, atau yang disebut dengan membuat hukum tanpa dasar (Ahyar, 2011:13).

Seiring berjalannya waktu maka kehidupan manusia juga terus berkembang sebagaimana mengikuti pola pikir dan budaya. Fatwa menjadi salah satu keputusan hukum atas suatu masalah. Fatwa dikeluarkan oleh seorang ulama yang berkompeten. Perkembangan fatwa dalam sistem hukum Islam sangat penting guna untuk mengatur berbagai macam masalah dalam kehidupan manusia. Maka dari itu, baik diminta ataupun tidak fatwa akan tetap dikeluarkan karena perkembangan fatwa dalam system hukum Islam sangat penting seiring dengan permasalahan social yang semakin hari semakin banyak dan kompleks.

Jika dibandingkan dengan permasalahan yang terjadi pada zaman Rosul dan para sahabat, masalah mereka tidaklah serumit permasalahan

yang dihadapi pada zaman modern saat ini. Pada zaman rosul tidak perlu dikeluarkan sebuah fatwa untuk mengatur atau menjawab berbagai masalah dalam kehidupan, karena Allah SWT telah mencukupkan wahyu-Nya dan *hadits* yang disampaikan Rasulullah untuk memecahkan permasalahan-permasalahan yang ada dalam kehidupan manusia pada saat itu.

**b. Kedudukan Fatwa**

Para ulama salaf mengetahui bahwa fatwa sangatlah mulia, agung, dan berpengaruh dalam agama Allah dan kehidupan manusia. Oleh sebab itu, mereka mengemukakan beberapa hal diantaranya:

*Pertama*, Takut member fatwa. Para ulama sangat takut dan berhati-hati dalam memberikan fatwa, bahkan kadang-kadang mereka berdiam diri dan tidak menfatwakan sesuatu. Mereka menghormati orang yang mengatakan “aku tidak tahu” mengenai sesuatu yang tidak diketahuinya, dan merah kepada orang-orang yang lancung dalam berfatwa, mereka bersikap demikian karena untuk mengagungkan fatwa.

*Kedua*, Mengingkari orang yang berfatwa tanpa berdasarkan ilmu. Para ulama salaf sangat mengingkari orang yang terjun dalam bidang fatwa sementara dia tidak pantas untuk melakukan hal itu. Mereka menganggap sikap yang demikian itu sebagai suatu celah kerusakan dalam Islam, bahkan kemungkinan besar yang wajib dicegah. Para ulama menetapkan bahwa “barang siapa memberikan fatwa sedangkan

dia tidak berkelayakan untuk berfatwa, maka dia berdosa dan berbuat maksiat. Demikian pula, barang siapa dari kalangan penguasa yang mengakuinya, maka ia juga berarti telah berbuat maksiat”.

*Ketiga, Ilmu dan Pengetahuan.* Mufti (ahli fatwa) yang menggantikan tugas Nabi Muhammad saw, bahkan sebagai penerima mandate dari Allah (untuk menyampaikan agamanya) sudah selayaknya memiliki pengetahuan yang luas tentang Islam, menguasai dalil-dalil hukum Islam, mengerti ilmu bahasa arab, paham terhadap kehidupan dan manusia dan mengerti fikih serta mempunyai dalil-dalil dan kaidah-kaidahnya (Yusuf, 1997: 14).

Fatwa selayaknya disebut sebagai ensiklopedia ilmiah modern yang sudah tentu dibutuhkan oleh setiap ilmuwan muslim yang menaruh perhatian terhadap zamannya beserta segala permasalahannya. Namun demikian tidak berarti bahwa semua yang tertulis dalam kitab fatwa benar seluruhnya, kekeliruan yang ada didalamnya dimaafkan, bahkan akan memperoleh pahala selama hal itu dilakukan sebagai upaya ijtihad (Yusuf, 1997: 12).

### **c. Dasar-dasar dan prosedur penetapan fatwa**

Dasar-dasar dan prosedur penetapan fatwa yang dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dirumuskan dalam pedoman Penetapan fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor: U-596/MUI/X/1997 yang ditetapkan pada tanggal 2 Oktober 1997 yang dituangkan pada bagian kedua pasal 2 yang berbunyi:

- 1) Setiap Keputusan fatwa harus mempunyai dasar atas Kitabullah dan Sunnah Rasul yang *mu'tabarah*, serta tidak bertentangan dengan kemaslahatan umat.
- 2) Jika tidak terdapat dalam *Kitabullah* dan Sunnah Rasul sebagaimana ditentukan pada pasal 2 ayat 1, Keputusan Fatwa hendaklah tidak bertentangan dengan *ijma'*, *qiyas* yang *mu'tabar*, dan *dalil-dalil hukum lain*, seperti *ihtisan*, *masalah mursalah*, dan *saddu al-dzari'ah*.
- 3) Sebelum pengambilan keputusan fatwa, hendaklah ditinjau pendapat-pendapat para Imam Madzhab terdahulu, baik yang berhubungan dengan dalil-dalil hukum maupun yang berhubungan dengan dalil-dalil yang dipergunakan oleh pihak yang berbeda pendapat.
- 4) Pandangan tenaga ahli dalam bidang masalah yang akan diambil keputusan fatwanya, dipertimbangkan (Depag RI, 2003: 4-5).

**d. Fatwa DSN MUI No: 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)**

Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) telah mengeluarkan fatwa mengenai pedoman penjualan langsung berjenjang syariah atau yang biasa disebut dengan *Multi Level Marketing* (MLM) dengan nomor 75/DSN/MUI/VII/2009 pada tanggal 25 Juli di Jakarta.

Menurut MUI, penjualan langsung berjenjang adalah cara penjualan barang atau jasa melalui jaringan pemasaran yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha kepada sejumlah perorangan atau badan usahanya secara berturut-turut. Penjualan yang dimaksudkan dipenjelasan tersebut adalah penjualan yang berbasis syariah. Tidak mengandung kegiatan *money game*. *Money game* adalah kegiatan penghimpunan dana masyarakat atau penggandaan uang dengan praktek memberikan komisi dan bonus dari hasil perekrutan atau pendaftaran mitra usaha yang baru atau bergabung dan bukan dari hasil penjualan produk, namun produk yang dijual tersebut hanya sebagai kamufase atau tidak mempunyai mutu/kualitas yang dapat dipertanggungjawabkan.

Berdasarkan fatwa tersebut sebuah perusahaan MLM dianggap halal dan tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah, baik dalam produk yang dijual maupun operasionalnya, apabila memenuhi 12 poin seperti yang ditetapkan dalam fatwa tersebut.

#### **1) Ketentuan Umum**

- a) Penjualan Langsung Berjenjang adalah cara penjualan barang atau jasa melalui jaringan pemasaran yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha kepada sejumlah perorangan atau badan usaha lainnya secara berturut-turut.
- b) Barang adalah setiap benda berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan,

yang dapat dimiliki, diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.

- c) Produk jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau pelayanan untuk dimanfaatkan oleh konsumen.
- d) Perusahaan adalah badan usaha yang berbentuk badan hukum yang melakukan kegiatan usaha perdagangan barang dan atau produk jasa dengan system penjualan langsung yang terdaftar menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- e) Konsumen adalah pihak pemakai barang dan atau jasa, dan tidak untuk diperdagangkan.
- f) Komisi adalah imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra usaha atas penjualan yang besaran maupun bentuknya diperhitungkan berdasarkan prestasi kerja nyata, yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang dan atau produk jasa.
- g) Bonus adalah tambahan imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra usaha atas penjualan, karena berhasil melampaui target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan perusahaan.
- h) *Ighra'* adalah daya tarik luar biasa yang menyebabkan orang lalai terhadap kewajibannya demi melakukan halal atau transaksi dalam rangka memperoleh bonus atau komisi yang dijanjikan.

- i) *Money game* adalah kegiatan penghimpunan dana masyarakat atau pengandaan uang dengan praktik memberikan komisi dan bonus dari hasil perekrutan pendaftaran Mitra Usaha yang baru/bergabung kemudian dan bukan dari hasil penjualan produk, atau dari hasil penjualan produk namun produk yang dijual tersebut hanya sebagai kamufase atau tidak mempunyai mutu/kualitas yang dapat dipertanggung jawabkan.
- j) *Excessive mark-up* adalah batas margin laba yang berlebihan yang dikaitkan dengan hal-hal di luar biaya.
- k) *Member get member* adalah strategi perekrutan keanggotaan baru PLBS yang dilakukan oleh anggota yang telah terdaftar sebelumnya.
- l) Mitra usaha *stockiest* adalah pengecer *retailer* yang menjual memasarkan produk-produk penjualan langsung (Dewan Syariah Nasional [perh.], 2009: 5-6).

## 2) **Ketentuan Hukum**

Belakangan ini tidak sedikit perusahaan di Indonesia yang menjual produknya melalui sistem *multi level marketing* (MLM). Karena itu, maka hukumnya juga perlu dibahas menurut syariah Islam. Dewan Syaroah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) pada tahun 2009 mengeluarkan fatwa No: 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). Dalam fatwa tersebut, MUI memutuskan beberapa

ketentuan yang harus terpenuhi oleh perusahaan MLM agar dalam sistemnya dapat berjalan sesuai Syariah. Ketentuan-ketentuan dalam fatwa No: 75/DSN-MUI/VII/2009 yang wajib dilakukan oleh PLBS (Penjualan Langsung Berjenjang Syariah) adalah sebagai berikut :

1. Adanya obyek transaksi riil yang diperjual belikan berupa barang atau produk jasa.
2. Tidak ada kenaikan harga atau biaya yang berlebihan (*excessive markup*), sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas dan manfaat yang diperoleh.
3. Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsure *gharar, maysir, dharar, dzulm*, maksiat, *riba*.
4. Tidak ada kenaikan harga atau biaya yang berlebihan (*excessive markup*), sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas dan manfaat yang diperoleh.
5. Komisi yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota baik besaran maupun bentuknya harus berdasarkan pada prestasi kerja nyata yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang atau produk jasa, dan harus menjadi pendapatan utama mitra usaha dalam PLBS. Dalam hal menetapkan nilai-nilai insentif haruslah adil dan sesuai dengan kemampuan kerjanya. Bonus seorang *Up-line* tidak boleh mengurangi hak *Down-linenya*, sehingga tidak ada yang didhzalimi.

6. Bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) harus jelas jumlahnya ketika dilakukan transaksi (akad) sesuai dengan target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan oleh perusahaan.
7. Tidak boleh ada komisis atau bonus secara pasif yang diperoleh secara regular tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa.
8. Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan igra'.
9. Tidak ada eksploitasi atau ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dengan anggota berikutnya.
10. Sistem perekrutan keanggotaan, bentuk penghargaan dan secara seremonial yang dilakukan tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan Aqidah, Syariah, dan Akhlak Mulia, seperti Syirik, Kultus, Maksiat.
11. Setiap mitrausaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya tersebut.
12. Tidak melakukan kegiatan money game (DSN [perh.], 2009 : 6-7).

### **3) Ketentuan Akad**

Akad-akad yang digunakan dalam PLBS (DSN [perh.], 2009: 6-7) adalah:

a) Akad *Bai' Murabahah* yang merujuk pada substansi Fatwa No: 4/DSN-MUI/IV/2000 tentang Murabahah, Fatwa No: 16/DSN-MUI/IX/2000 tentang Diskon dalam *Murabahah*. Jual beli *Murabahah* adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati oleh kedua belah pihak. Dalam jual beli Murabahah penjual harus member tahu harga produk yang jual belikan dan menentukan suatu tingkatan keuntungan sebagai tambahannya (Muhammad, 2001: 101).  
Syarat dan rukun *Murabahah*.

(1) Syarat murabahah yaitu sebagai berikut :

- (a) Penjual member tahu biaya modal kepada nasabah
- (b) Kontrak pertama harus sah sesuai dengan rukun yang ditetapkan
- (c) Kontrak harus bebas dari riba
- (d) Penjual harus menjelaskan kepada pembeli apabila ada barang yang rusak atas barang sesudah pembelian
- (e) Penjual harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian (Muhammad, 2001: 102).

(2) Rukun murabahah yaitu sebagai berikut :

- (a) Pelaku akad, yaitu penjual dan pembeli
- (b) Objek akad
- (c) Sigat (Ascarya, 2012: 82).

b) Akad *Wakalah bil Ujrah* merujuk pada sustansi Fatwa No: 52/DSNMUI/2006 tentang *Wakalah bil Ujrah* pada Asuransi dan Reasuransi Syariah.

c) Akad *Wakalah bil ujrah*

*Akad Wakalah bil ujrah* adalah pemberian kuasa dari peserta kepada perusahaan asuransi untuk mengelola dana peserta dengan pemberian *ujrah (fee)* (Dimayaudin, 2008: 240). Akad wakalah biasa dilaksanakan dengan upah atau tanpa upah. Ketika akad wakalah bil ujr telah sempurna, maka akad tersebut bersifat mengikat. Dalam artian orang yang disewa tenaganya yang memiliki kewajiban untuk menyelesaikan sebuah pekerjaan, kecuali ada halangan yang bersifat syar'i. Dalam akad *wakalah bil ujrah* ini dapat diterapkan pada produk asuransi Syariah yang mengandung unsur tabungan (*saving*) maupun unsur tabarru' (*non saving*) (Dewan Syariah nasional [perh.], 2006).

d) Akad *Ju'alah* merujuk kepada substansi Fatwa No: 62/DSNMUI/XII/2007.

Akad *Ju'alah* adalah perjanjian imbalan tertentu dari pihak pertama kepada pihak kedua atas pelaksanaan suatu tugas atau pelayanan yang dilakukan oleh pihak kedua untuk kepentingan pihak pertama (Mardani, 2012: 314).

(1) Rukun *Ju'alah*

(a) *Aqidain* (dua orang yang berakad).

(b) *Shighat*

(c) *Pekerjaan* mencari barang

(d) Upah *atau* hadiah

(2) Syarat *Ju'alah*

(a) Pekerjaan yang diminta dikerjakan adalah mubah.

(b) Upah dalam *jualah* berupa harta yang diketahui jenis dan ukurannya karena upah yang tidak diketahui tidak sesuai dengan tujuan transaksi *jualah*.

(c) Upah dalam *jualah* harus suci, dapat diserahkan, dan dimiliki oleh peminta *jualah*

(d) Pekerja menyelesaikan pekerjaan yang diminta dalam jumlah *jualah* dan menyerahkan kepada yang menyuruhnya (Mardani, 2012:315).

e) Akad *ijarah* merujuk kepada substansi Fatwa No: 9/DSNMUI/IV/2000 tentang pembiayaan iajarah.

Akad *Ijarah* adalah akad pemindahan hak guna atas barang dan jasa melalui pembayaran sewa upah tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang itu sendiri (Heri, 2004: 66). Rukun dan syarat-syarat *ijarah* adalah sebagai berikut :

(1) *Mu'jir* dan *Mustajir* yaitu orang yang melakukan akad sewa-menyewa atau upah-mengupah. *Mu'jir* adalah orang yang memberikan upah dan yang menyewakan, *mustajir* adalah orang yang menerima upah. Syaratnya harus *baligh*, kap,

melakukan kap, melakukan kap, melakukan berakal, cakap,  
melakukan tasharruf, dan saling meridhai.

- (2) *Shighat*, ijab qabul antara mu'jir dan musta'jir
- (3) *Ujroh*, *disyaratkan* diketahui jumlahnya oleh kedua belah pihak, baik dalam sewa menyewa maupun dalam upah mengupah.
- (4) barang yang *disewakan* atau sesuatu yang dikerjakan dalam upah mengupah, di syaratkan pada barang-barang yang disewakan dengan beberapa syarat berikut:
  - (a) Barang yang menjadi objek sewa menyewa dapat di manfaatkan kegunaannya.
  - (b) Hendaklah benda yang menjadi objek sewa menyewa dapat diserahkan kepada penyewa dan pekerja berikut kegunaannya (khusus dalam sewa menyewa).
  - (c) Manfaat dari benda yang disewa adalah perkara yang mubah.
  - (d) Benda yang disewa diisyaratkan kekal (Hendi, 2011: 117-118).