

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bisnis merupakan bagian penting dalam kehidupan masyarakat. Dengan kegiatan berbisnis, kualitas hidup masyarakat dapat meningkat. Selain itu, kegiatan berbisnis juga dapat berperan dalam pembangunan ekonomi suatu negara. Salah satu faktor yang dapat meningkatkan ekonomi suatu bangsa ialah keberadaan bisnis yang masif sehingga dapat membantu dalam penciptaan lapangan pekerjaan baru (Alma Buchari, 2009: 94).

Dewasa ini, di Indonesia bisnis telah berkembang menjadi beragam bentuknya. Salah satu bentuk perkembangan bisnis adalah bisnis dengan sistem *Multi Level Marketing*. Keunikan bisnis dengan sistem *Multi Level Marketing* terletak pada distribusi produk yang tidak dapat dijumpai pada toko-toko, swalayan dan warung-warung. Produk yang dijual oleh bisnis dengan sistem *multi level* hanya dapat diperoleh melalui distributor resmi perusahaan secara langsung. Oleh sebab itu, sistem bisnis *Multi Level Marketing* disebut penjualan langsung (*direct selling*). Distributor tersebut pada umumnya berupa perorangan (Tanjung, 2013:39).

Bisnis MLM mulai dikenal di Eropa sejak tahun 1980-an dan masuk ke Indonesia pada tahun 1986 dengan dipelopori oleh PT. Centra Nusa Insan Cemerlang atau yang lebih dikenal dengan sebutan CNI (*Creative Network International*). Hingga saat ini bisnis dengan sistem penjualan

langsung (MLM) masih terus berkembang dengan munculnya perusahaan-perusahaan baru (Syamhudi, 2001: 3).

Sebagai negara dengan mayoritas penduduk muslim, kesesuaian nilai-nilai syariah merupakan hal yang penting dalam berbagai aspek kehidupan termasuk dalam sebuah bisnis. Menyadari akan hal itu, pada tahun 2009 Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia resmi menetapkan fatwa DSN MUI NO:75/ DSN-MUI/ VII/ 2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). Ketetapan fatwa tersebut dijadikan sebagai acuan dalam menentukan legalitas syariah pada suatu bisnis *Multi Level Marketing*. Dengan adanya legalitas tersebut, masyarakat muslim yang tertarik untuk bergabung dalam bisnis *multi level* dapat memilih perusahaan mana yang telah dinyatakan sesuai syariah oleh DSN MUI (<https://dsnemui.or.id>), diakses pada 18 Oktober 2018).

Tujuan dalam sebuah bisnis syariah bukan hanya keuntungan materil saja, akan tetapi terdapat tujuan lain yang sifatnya non-materil yaitu keberkahan. Islam sebagai agama dengan sistem komprehensif telah mengatur segala aspek kehidupan secara mendetail, dalam sebuah bisnis terdapat aturan berupa nilai-nilai yang dijadikan sebagai garis pemisah antara baik atau buruk dan boleh atau tidak boleh dilakukan oleh pelaku bisnis yang disebut dengan etika bisnis (Badroen, 2015: 3).

Hubungan antara etika (akhlak) dengan kegiatan ekonomi (berbisnis) tidak dapat dipisahkan. Akhlak adalah urat nadi kehidupan Islam, karena risalah Islam adalah risalah akhlak yang diturunkan oleh Allah SWT

melalui Rasul-Nya untuk membenahi akhlak manusia (Febriyarni, 2016: 142). Dalam Al-Quran telah banyak disinggung mengenai prinsip-prinsip berbisnis yang baik, salah satunya dalam Q.S. An-Nisaa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah maha penyayang kepadamu.”

Berdasarkan Ayat tersebut Allah SWT melarang hamba-Nya dalam memperoleh harta dengan jalan yang batil, seperti harta yang diperoleh dengan cara merampas, riba, berjudi, mencuri dan jalan-jalan haram lainnya. Sedangkan Allah SWT menghalalkan perniagaan (jual beli) yang berlaku atas dasar suka sama suka . Ketentuan suka sama suka merupakan salah satu prinsip dalam etika bisnis Islam. Selain prinsip tersebut masih terdapat prinsip-prinsip lain diantaranya prinsip amanah, jujur, terhindar dari unsur *gharar*, dan lain sebagainya.

Adanya nilai-nilai etis yang mengatur kegiatan berbisnis dalam Islam, bukan berarti Islam menghalangi umatnya untuk mengejar keuntungan, karena sejatinya berbisnis memang dilakukan untuk memperoleh keuntungan demi dapat melangsungkan kehidupan. Akan tetapi bagi

seorang muslim tidak dibenarkan mendahulukan kepentingan ekonomi di atas keutamaan aturan yang diajarkan agamanya (Sumantri, 2015).

Salah satu perusahaan *Multi Level Marketing* yang telah lulus peninjauan bisnis syariah dari DSN-MUI adalah PT. Singa Langit Jaya (Tiens Indonesia). Pada tahun 2013 Tiens Indonesia resmi menerima sertifikat syariah yang diberikan langsung oleh Majelis Ulama Indonesia. Perusahaan ini merupakan perusahaan bisnis multinasional yang bergerak pada bidang pariwisata, retail, dan perdagangan internasional. Di Indonesia sendiri, Produk-produk yang dipasarkan berupa suplemen kesehatan, alat-alat kesehatan, peralatan rumah tangga, perawatan pribadi, produk otomotif, dan produk pertanian. (Komarudin, 2011: 3).

Hingga saat ini Tiens Syariah telah tumbuh menjadi bisnis MLM besar di Indonesia. Hal tersebut dibuktikan dengan keberhasilannya mencatat lebih dari 4 juta distributor dan konsumen yang tersebar di seluruh Indonesia, Tak terkecuali di Yogyakarta (Izini, 2018:65). Sebagai bisnis *Multi Level Marketing*, distributor Tiens memiliki peran utama dalam bidang pemasaran. Dalam kegiatan bisnisnya, distributor Tiens memiliki peran ganda yakni dalam penjualan produk dan perekrutan mitra bisnis baru. Perekrutan mitra bisnis bertujuan untuk memperluas jaringan bisnis sehingga bisnis MLM tersebut dapat terus berkembang. Bagi distributor yang dapat mencapai target penjualan dan perekrutan mitra bisnis dalam kurun waktu tertentu, maka akan diberikan *reward* dari perusahaan.

Dengan adanya peran ganda tersebut, para pelaku bisnis memiliki kecenderungan untuk melakukan tabrakan kepentingan dan saling menghalalkan segala cara dalam operasional bisnis, sehingga dapat menciptakan aktivitas bisnis yang tidak sehat. Bisnis yang sehat yaitu bisnis yang berlandaskan pada etika. Oleh karena itu, pelaku bisnis muslim diharapkan dapat memperhatikan prinsip-prinsip etika bisnis sehingga dapat mengantarkan pada aktivitas bisnis yang menguntungkan dan mengandung keberkahan (Muhammad, 2004: 95).

Alasan tersebut melatarbelakangi penulis untuk melakukan penelitian lebih lanjut terkait penerapan etika bisnis Islam pada bisnis *Multi Level Marketing* Tiens Syariah. Oleh sebab itu, penulis memutuskan untuk mengambil judul penelitian “Tinjauan Etika Bisnis Islam Pada Praktik Bisnis *Multi Level Marketing* Tiens Syariah di Yogyakarta”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dipaparkan di atas, Penelitian ini memiliki rumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana praktik bisnis *Multi Level Marketing* Tiens Syariah di Yogyakarta?
2. Bagaimana tinjauan etika bisnis Islam pada praktik bisnis *Multi Level Marketing* Tiens Syariah di Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui bagaimana praktik bisnis *Multi Level Marketing* Tiens Syariah di Yogyakarta.
2. Mengetahui bagaimana penerapan etika bisnis islam pada *Multi Level Marketing* Tiens Syariah di Yogyakarta

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki dua manfaat yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis, adapun manfaat-manfaat tersebut adalah sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan penulis dan pembaca mengenai alternatif sistem bisnis lain yang dapat digunakan yaitu dengan menggunakan sistem penjualan langsung berjenjang yang berdasarkan pada nilai-nilai, prinsip dan etika bisnis sebagaimana telah diatur dalam Islam. Selain itu, penelitian ini dapat di jadikan referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti etika bisnis islam maupun bisnis *Multi Level Marketing Syariah*.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai rujukan dalam menerapkan Etika Bisnis Islam pada kegiatan operasional bisnis MLM Syariah. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi bahan evaluasi bagi pelaku bisnis MLM Syariah khususnya yang beragama Islam apabila

terdapat ketidaksesuaian praktik bisnis dengan etika bisnis dalam aturan Islam.

E. Ruang Lingkup dan Batasan Masalah

Pada penelitian ini, terdapat ruang lingkup dan batasan masalah yaitu, Penulis hanya akan meneliti implementasi etika bisnis pada kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh distributor Tiens Syariah dengan meninjau secara terbatas sistem bisnis yang diterapkan oleh Tiens Syariah.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan

Pada Bab pendahuluan penulis mendeskripsikan arah penelitian secara umum. Dalam bab ini penulis dapat memberikan informasi mengenai konteks dan seberapa perlu penelitian ini dilakukan (urgensi penelitian) yang dipaparkan dalam latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II: Tinjauan Pustaka dan Landasan Teori

Pada Bab ini penulis memaparkan mengenai penelitian terdahulu yang relevan dengan fokus penelitian serta kerangka teoritik yang berfungsi sebagai penjelas konteks penelitian dan sebagai acuan dalam penelitian.

BAB III: Metode Penelitian

Pada bab ini, penulis memaparkan mengenai metode yang digunakan dalam melakukan penelitian. Metode tersebut meliputi jenis penelitian, tempat dan lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, jenis dan sumber data, serta teknik analisis data.

BAB IV: Hasil dan Pembahasan

Pada bab ini, penulis memaparkan hasil penelitian yang diawali dengan gambaran umum subjek penelitian meliputi profil perusahaan, struktur organisasi, dan produk. Setelah memaparkan gambaran umum subjek penelitian, penulis kemudian memaparkan mengenai hasil penelitian dan pembahasan yang berupa jawaban dari rumusan masalah yang telah di paparkan pada bab sebelumnya.

BAB V: Penutup

Pada bab ini, penulis memaparkan kesimpulan hasil penelitian dan saran bagi pihak terkait. Bab ini merupakan penutup dari penulisan.