



MULTI LEVEL MARKETING
DALAM PERSPEKTIF FATWA DEWAN SYARIAH NASIONAL
NO : 75/DSN-MUI/VII/2009
Studi Herba Penawar Al-Wahida (HPA) Stockis Gang Melati 13
Komplek Sadabuan Kota Padangsidimpuan

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat- syarat
Mencapai Gelar Sarjana Hukum (S. H.)
dalam Bidang Ilmu Hukum Ekonomi Syariah*

Oleh

NELLI AMELIA RITONGA

NIM. 1410200099

PRODI HUKUM EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN

2018



MULTI LEVEL MARKETING
DALAM PERSPEKTIF FATWA DEWAN SYARIAH NASIONAL
NO : 75/DSN-MUI/VII/2009
Studi Herba Penawar Al-Wahida (HPA) Stockis Gang Melati 13
Komplek Sadabuan Kota Padangsidimpuan

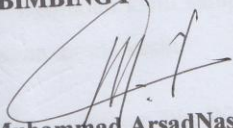
SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat- syarat
Mencapai Gelar Sarjana Hukum (S. H.)
dalam Bidang Ilmu Hukum Ekonomi Syariah

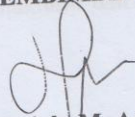
Oleh

NELLI AMELIA RITONGA
NIM. 1410200099
PRODI HUKUM EKONOMI SYARIAH

PEMBIMBING I


Dr. Muhammad Arsad Nasution, M. Ag.
NIP. 19730311 200112 1 004

PEMBIMBING II


Hasiah, M. Ag.
NIP. 19780323 200801 2 016

FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN

2018



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km.4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Website: <http://syariah.iai-padangsidimpuan.ac.id> – email : fasih.141npsp@gmail.com

Hal : Skripsi
An. Nelli Amelia Ritonga

Padangsidimpuan, Juli 2018
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum
IAIN Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

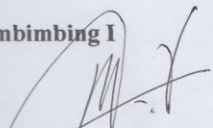
Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi Nelli Amelia Ritonga yang berjudul "**MULTI LEVEL MARKETING DALAM PERSPEKTIF FATWA DEWAN SYARIAH NASIONAL NO : 75/DSN-MUI/VII/2009 Studi Herba Penawar Al-Wahida (HPA) Stockis Gang Melati 13 Komplek Sadabuan Kota Padangsidimpuan**" maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Hukum (S.H.) dalam bidang Hukum Ekonomi Syariah pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum IAIN Padangsidimpuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya ini.

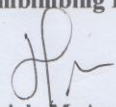
Demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya, diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pembimbing I


Dr. Muhammad Arsad Nasution, M. Ag.
NIP. 19730311 200112 1 004

Pembimbing II


Hasiyah, M. Ag.
NIP. 19780323 200801 2 016

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Saya yang bertandatangan di bawah ini,

Nama : Nelli Amelia Ritonga
NIM. : 1410200099
Fakultas/ Prodi : Syariah dan Ilmu Hukum/ Hukum Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : *Multi Level Marketing* Dalam Perspektif Fatwa Dewan
Syariah Nasional No : 75/DSN-MUI/VII/2009 Studi
Herba Penawar Al-Wahida (HPA) Stockis Gang
Melati 13 Komplek Sadabuan Kota Padangsidimpuan

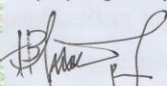
dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya serahkan ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri. Sepengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain dalam skripsi saya ini kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidimpuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Padangsidimpuan, Juli 2018

Saya yang menyatakan.




Nelli Amelia Ritonga
NIM. 1410200099

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademik Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Nelli Amelia Ritonga
NIM. : 1410200099
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul "**Multi Level Marketing Dalam Perspektif Fatwa Dewan Syariah Nasional No :75/DSN-MUI/VII/2009 Studi Herba Penawar Al-Wahida (HPA) di Stockis Gang Melati 13 Komplek Sadabuan Kota Padangsidempuan**". Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai hak cipta.

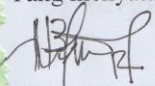
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : Juli 2018

Yang menyatakan,




NELLI AMELIA RITONGA
NIM. 1410200099



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUNAN
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telephon 0634-22080 Fax 0634-24022

Website: <http://syariah.iai-padangsidimpuan.ac.id> -email : fasih.141npsp@gmail.com

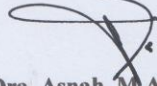
DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : Nelli Amelia Ritonga
NIM. : 1410200099
Judul Skripsi : *Multi Level Marketing* Dalam Perspektif Fatwa Dewan Syariah Nasional
75/DSN-MUI/VII/2009 Studi Herba Penawar Al-Wahida (HPA)
Stockis Gang Melati 13 Komplek Sadabuan Kota Padangsidimpuan

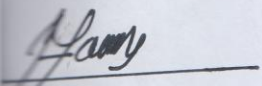
Ketua



Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag.
NIP. 19731128 200112 1 001

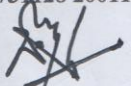
Sekretaris

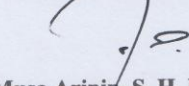

Dra. Asnah, M.A.
NIP. 19651223 199103 1 001

Anggota


Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag.
NIP. 19731128 200112 1 001


Dra. Asnah, M.A.
NIP. 19651223 199103 1 001


Drs. H. Zulfan Efendi Hsb, M.A.
NIP.19640901 199303 1 006


Musa Aripin, S. H. I., M. S. I.
NIP. 19801215 201101 1 009

Pelaksana Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Jumat, 29 Juni 2018
Pukul : 14.00 s/d 16.00 WIB
Hasil/Nilai : 78,75(B)
Indeks Pestari Kumulatif (IPK) : 3,90 (Tiga Koma Sembilan Puluh)
Predikat : Cumlaude



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km.4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Website: <http://syariah.iaii-padangsidempuan.ac.id> – email : fasih.141nps@gmail.com

PENGESAHAN

Nomor : 988 /In.14/D.4c/PP.00.9/07/2018

Judul Skripsi : *Multi Level Marketing* Dalam Perspektif Fatwa Dewan Syariah Nasional No :75/DSN-MUI/VII/2009 Studi Herba Penawar Al-Wahida (HPA) Stockis Gang Melati 13 Komplek Sadabuan Kota Padangsidempuan

Ditulis Oleh : Nelli Amelia Ritonga
NIM. : 1410200099

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H.)



Padangsidempuan, 13 Juli 2018

Dekan,

[Signature]
Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag. 7

NIP. 19731128 200112 1 001

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kehadirat Allah swt yang telah memberi kesehatan dan waktu kepada penulis untuk melaksanakan penelitian dan menuangkannya dalam pembahasan skripsi ini. Shalawat dan salam kepada junjungan yaitu Nabi Muhammad saw, yang telah menuntut ummatnya kepada jalan yang benar dan keselamatan.

Penulisan skripsi yang berjudul “**MULTI LEVEL MARKETING DALAM PERSPEKTIF FATWA DEWAN SYARIAH NASIONAL NO : 75/DSN-MUI/VII/2009 Studi Herba Penawar Al-Wahida (HPA) Stockis Gang Melati 13 Komplek Sadabuan Kota Padangsidempuan**” ini disusun untuk melengkapi persyaratan dan tugas-tugas menyelesaikan kuliah jurusan Hukum Ekonomi Syariah IAIN Padangsidempuan.

Penulis mengalami berbagai hambatan dan kendala dalam melaksanakan penulisan skripsi ini yang disebabkan kurangnya ilmu pengetahuan dan literatur yang ada pada penulis.

Dengan selesainya skripsi ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Mhd. Arsad Nasution, M. Ag. selaku pembimbing I sekaligus Pembimbing Akademik, dan Ibu Hasiah, M. Ag. selaku pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan penulisan dan penyusunan skripsi ini.
2. Ayah tercinta Pambangunan Ritonga dan Ibunda tersayang Rita Hannum Rambe yang telah mengasuh, mendidik dan memotivasi penulis.
3. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL selaku Rektor IAIN Padangsidempuan, serta Bapak Dr. Muhammad Darwis Dasopang, M. Ag selaku Wakil rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, MA. selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum Perencanaan dan Keuangan dan

Bapak Sumper Mulia Harahap, MA, selaku Wakil rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

4. Bapak Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag selaku Dekan fakultas Syariah dan Ilmu Hukum IAIN Padangsidempuan, Ibu Dra. Asnah, M.A selaku Wakil dekan Bidang Administrasi Perencanaan dan Keuangan, Bapak Muhammad Arsad Nasution, M. Ag selaku wakil dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
5. Bapak Musa Arifin, S.H.I, M.S.I selaku Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah serta seluruh civitas akademika IAIN Padangsidempuan.
6. Dosen/ Civitas di Lingkungan IAIN Padangsidempuan yang telah membekali berbagai ilmu pengetahuan selama perkuliahan, penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini sampai dengan selesai.
7. Bapak Yusri Fahmi, M.A selaku Kepala perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku selama proses perkuliahan dan penyelesaian penulisan skripsi ini.
8. Kakanda Sailan Harahap, S.Pd. selaku pemilik Stockis HPA atas kesediannya yang telah memberikan izin kepada penulis untuk mengadakan penelitian di Stockis HPA miliknya serta kepada seluruh *upline* dan *downline* HPA yang bersedia menjadi sumber informasi melalui wawancara untuk penelitian skripsi ini.
9. Saudara dan Saudari penulis Zainuddin Ritonga, Marianti Ritonga, dan Bunga Andriani Ritonga yang telah mendukung dan memberi semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Master Print Fotocopy yang telah membantu penulis dalam mencetak, menfocopy, dan menjilid skripsi penulis.

11. Sahabat peneliti Monika Sari Siregar, Nurul Hasanah, Riski Paridah dan seluruh teman-teman keluarga HES-3 serta teman-teman SEARCH dan Keluarga Cendana yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis selama proses perkuliahan dan penyusunan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kelemahan dan kekurangan yang diakibatkan keterbatasan penulis dalam berbagai hal. Untuk itu penulis mengharapkan saran dari para pembaca yang budiman untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga tulisan ini bermanfaat bagi kita dan mendapat ridha dari Allah swt.

Padangsidempuan, Juli 2018
Penulis

NELLI AMELIA RITONGA
NIM. 1410200099

ABSTRAK

Nama : Nelli Amelia Ritonga
NIM. :1410200099
Judul :*Multi Level Marketing* Dalam Perspektif Fatwa Dewan Syariah Nasional No :75/DSN-MUI/VII/2009 Studi Herba Penawar Al-Wahida (HPA) Stockis Gang Melati 13 Komplek Sadabuan Kota Padangsidempuan
Tahun : 2018
Kata Kunci :*Multi Level Marketing*, Herba Penawar Al-Wahida (HPA), FATWA MUI

Permasalahan penelitian ini pada dasarnya adalah Bagaimana pelaksanaan *Multi Level Marketing* Herba Penawar Al-Wahida (HPA) dan bagaimana pelaksanaan *Multi Level Marketing* Herba Penawar Al-Wahida (HPA) menurut perspektif Fatwa Dewan Syariah Nasional No :75/DSN-MUI/VII/2009 di Stockis Gang Melati 13 Komplek Sadabuan Kota Padangsidempuan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan *Multi Level Marketing* Herba Penawar Al-Wahida (HPA) dan untuk mengetahui perspektif Fatwa Dewan Syariah Nasional No :75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah terhadap pelaksanaan bisnis *Multi Level Marketing* pada Herba Penawar Al-Wahida (HPA) di Stockis Gang Melati 13 Komplek Sadabuan Kota Padangsidempuan.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara (*interview*), pengamatan (*observation*), dan studi dokumen. Data yang diperoleh dianalisis dengan cara kualitatif dan dipaparkan secara deskriptif.

Hasil penelitiannya yaitu bisnis *Multi Level Marketing* Herba Penawar Al-Wahida (HPA) boleh dilakukan karena termasuk dalam kategori muamalah yang hukum asalnya mubah (boleh) sampai ada dalil yang melarangnya. Namun, apabila dalam pelaksanaan bisnis *Multi Level Marketing* tersebut ditemukan hal-hal yang mengandung unsur yang dilarang dalam Islam, maka bisnis *Multi Level Marketing* tersebut tidak boleh dilakukan dan Pelaksanaan *Multi Level Marketing* pada Herba Penawar Al-Wahida (HPA) di Stockis Gang Melati 13 Komplek Sadabuan Kota Padangsidempuan telah memenuhi ketentuan Fatwa MUI No :75/DSN-MUI/VII/2009 dan menerapkan akad-akad dalam Penjualan Langsung Berjenjang Syariah.

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI	
BERITA ACARA UJIAN MUNAQASAYAH	
HALAMAN PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB	ii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
1. Latar Belakang Masalah	1
2. Rumusan Masalah.....	6
3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
4. Batasan Istilah.....	6
5. Tinjauan Kepustakaan.....	8
6. Sistematika Pembahasan.....	10
BAB II: Kajian Teori	11
A. <i>Multi Level Marketing</i> (MLM)	11
1. Pengertian <i>Multi Level Marketing</i>	11
2. Dasar Hukum <i>Multi Level Marketing</i>	13
3. Sistem <i>Multi Level Marketing</i>	15
4. Perkembangan <i>Multi Level Marketing</i>	18
5. Produk <i>Multi Level Marketing</i>	20
B. <i>Multi Level Marketing</i> Syariah	21
1. Pengertian <i>Multi Level Marketing</i> Syariah.....	21
2. Dasar Hukum <i>Multi Level Marketing</i>	22

3. Sistem <i>Multi Level Marketing</i> Syariah.....	24
4. Perkembangan <i>Multi Level Marketing</i> Syariah.....	26
5. Produk <i>Multi Level Marketing</i> Syariah.....	27
BAB III: Metode Penelitian	31
1. Data Geografis	31
2. Informan Penelitian.....	31
3. Waktu Penelitian	32
4. Jenis Penelitian.....	32
5. Sumber Data.....	33
6. Teknik Pengambilan Data.....	35
7. Teknik Analisis Data.....	36
BAB VI Hasil Penelitian	36
A. Herba Penawar Al-Wahida (HPA).....	36
1. Sejarah Berdirinya Herbal Penawar Al-Wahid (HPA).....	36
2. Visi dan Misi	39
3. Produk-produk HPA.....	40
4. Keunggulan Menjalankan Bisnis HPA.....	42
B. Sistem <i>Multi Level Marketing</i> Herba Penawar Al-Wahida (HPA).....	42
C. <i>Multi Level Marketing</i> Herba Penawar Al-Wahida Menurut Fatwa MUI No. :75/DSN-MUI/VII/2009 di Stockis Gang Melati 13 Komplek Sadabuan Kota Padangsidempuan	52
D. Analisis Herba Penawar Al-Wahida (HPA) Dalam Perspektif Fatwa MUI No. :75/DSN-MUI/VII/2009.....	63
BAB V PENUTUP.....	72
1. Kesimpulan	72
2. Saran-Saran	73

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis secara literal dapat diartikan sebagai suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan orang lain.¹ Secara etimologis, bisnis berarti keadaan di mana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Bisnis biasanya berkaitan erat dengan kegiatan marketing pada perdagangan. Dalam hal perdagangan, para ekonomi barat berpendapat bahwa prinsip ekonomi perdagangan adalah pengorbanan sekecil-kecilnya dengan keuntungan yang sebesar-besarnya.

Istilah bisnis sudah sangat familiar dalam masyarakat kita. Kehidupan manusia seakan tidak pernah lepas dari kata bisnis. Secara semantik kata ini memiliki beberapa makna seperti usaha, perdagangan, perusahaan, tugas, urusan, usaha dagang dan sebagainya. Secara teknis bisnis bisa dimaknai sebagai semua aktifitas yang dilakukan seseorang dan organisasi yang memproduksi barang dan jasa dengan maksud dan tujuan memenuhi kebutuhan manusia dengan mendapat imbalan pembayaran yang disebut dengan harga.²

¹Buchari Alma, *Dasar-dasar Etika Bisnis Islami* (Bandung: CV. Alfabeta, 2003) hlm. 90.

²Muhammad, *Aspek Hukum dalam Muamalah* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007) hlm. 85.

Untuk memenuhi kebutuhan hidup yang beragam manusia tidak mungkin sendirian, ia harus bekerja sama dengan orang lain, antara individu dengan individu lain dan antara produsen dengan konsumen. Salah satu bentuk kerja sama yang dikembangkan dewasa ini adalah sistem penjualan langsung berjenjang atau sering disebut *Multi Level Marketing*.

Multi Level Marketing yang lebih dikenal dengan istilah MLM (selanjutnya disebut MLM) merupakan salah satu strategi atau cara pemasaran dalam bisnis di era modern dengan melalui jaringan distribusi yang dibangun secara permanen dengan mempromosikan pelanggan perusahaan sekaligus sebagai tenaga pemasaran, oleh karena itu MLM adalah salah satu konsep penyaluran barang (produk dan jasa) yang memberi kesempatan kepada para konsumen untuk turut terlibat sebagai penjual dan memperoleh keuntungan dalam garis kemitraannya.³

Polemik seputar hukum MLM masih sering diperdebatkan. Banyak forum-forum diskusi digelar. Hal ini dikarenakan sistem MLM yang terbilang baru dan berbeda dari dunia ekonomi dan bisnis pada umumnya. Tapi uniknya, sampai saat ini belum ada kata pasti atau kesimpulan akhir dari perdebatan tersebut.⁴ Beragam komentar diungkapkan, mulai dari bahwa bisnis MLM adalah bisnis haram, *zhalim*, tidak masuk akal, usaha iming-iming, pemberi harapan palsu, tipu-tipu dan lain sebagainya. Dan komentar ini

³ Cecep Castrawijaya, *Etika Bisnis MLM Syariah* (Tangerang Selatan: LPSI, 2013) hlm. 5.

⁴ Supriadi Yosuf Boni, *Apa Salah MLM?* (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2017) hlm. 2.

bukanlah tuduhan semata selain ada beberapa yang bisa dijadikan alasan untuk tuduhan tersebut, yaitu:⁵

1. Bisnis MLM mengandung unsur *riba*. Alasannya, karena seorang yang bergabung di bisnis MLM diwajibkan menyerahkan uang untuk alasan administrasi pendaftaran. Sementara, tujuan seorang bukan untuk melakukan aktivitas bisnis. Akan tetapi, bagaimana mampu meraup bonus sebesar-besarnya melebihi jumlah uang yang disetorkan saat mendaftar. Sedangkan produk yang ditawarkan, sifatnya hanya sebatas kamufase.
2. Bisnis MLM mengandung unsur *gharar*. Maksud *gharar* disini adalah adanya kerugian yang menimpa para membernya terutama ketika mereka tidak mendapatkan bonus. Pemandangan ini dijumpai pada hampir seluruh perusahaan MLM. Jumlah anggota yang tidak berbonus jauh lebih banyak ketimbang mereka yang berbonus. Disinilah letak *gharar*-nya karena adanya kerugian yang menimpa banyak orang.
3. Bisnis MLM mengandung unsur *az-zulm* (kezhaliman). Ini disebabkan karena hanya mereka yang lebih awal bergabung yang akan mendapatkan bonus. Sementara orang-orang yang bergabung belakangan, dipastikan tidak akan mendapatkan bonus. Ilustrasinya, jika semua orang bergabung di bisnis MLM, maka orang yang terakhir akan terzhalimi, karena tidak lagi ada orang yang bisa diprospek. Pada akhirnya, kesempatan mendapatkan bonus tertutup.

⁵ *Ibid.*, hlm. 150.

4. Sumber bonus yang tidak jelas atau dianggap *syubhat*. Padahal, syariat Islam mengharuskan kejelasan sumber pendapatan.
5. Bisnis MLM sarat dengan penipuan dalam bentuk, (1) pengaburan dan penyamaran transaksi yang seolah-olah jual beli produk adalah tujuan utama padahal sejatinya keinginan mendapatkan bonuslah motif transaksinya.

Demikianlah beberapa alasan terhadap tuduhan bisnis MLM ini. Dengan alasan-alasan tersebut banyak kalangan yang mengharamkan bisnis MLM.

Akhir-akhir ini, perkembangan bisnis MLM diramaikan dengan hadirnya MLM berbasis syariah. Beberapa perusahaan MLM bahkan telah menyatakan perusahaannya berlabel syariah. Oleh karena banyaknya perusahaan MLM yang berkembang maka Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia telah mengeluarkan fatwa terkait MLM tersebut, yang tertera dalam fatwa DSN-MUI No : 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).

Keberadaan MLM syariah di tanah air menjadi penting artinya, mengingat mayoritas jumlah penduduk Negara Indonesia adalah muslim. Bagi kalangan muslim puritan, mereka akan cenderung memilih untuk melakukan

kegiatan bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip muamalah Islam. Apalagi di tengah masih merebaknya kontroversi tentang bisnis ini.⁶

Salah satu perusahaan MLM yang menyatakan bahwa perusahaannya menggunakan MLM berbasis syariah adalah Herba Penawar Al-Wahida yang lebih dikenal dengan HPA (dan selanjutnya disebut HPA). Dengan demikian, secara otomatis HPA menggunakan sistem halal *network* yang berbeda dengan MLM konvensional secara umum. Namun apakah hal demikian benar-benar berbeda dengan MLM konvensional atau hanya sekedar trik bisnis belaka untuk menarik banyak anggota dan meraup keuntungan yang banyak.

Persoalan bisnis MLM terkait hukum halal-haram maupun syubhatnya tidak bisa ditentukan dari pengakuan sepihak perusahaan. Tidak dapat ditentukan perusahaan MLM tersebut MLM syariah atau bukan, melainkan tergantung sejauh mana praktiknya dikaji dan dinilai sesuai syariah. HPA menyatakan bahwa perusahaannya menggunakan sistem MLM berbasis syariah, maka perlu dicari kejelasannya menurut perspektif Fatwa DSN-MUI No :75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).

Bertitik tolak dari uraian tersebut, peneliti tertarik membahas tentang **“Multi Level Marketing dalam Perspektif Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 75/DSNMUI/VII/2009 Studi Herba Penawar Al-Wahida (HPA) Stockis Gang Melati 13 Komplek Sadabuan Kota Padangsidimpuan.**

⁶ Kuswara, *Mengenal MLM Syariah* (Tangerang: Amal Actual, 2005) hlm. 19.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalahnya adalah:

1. Bagaimana pelaksanaan *Multi Level Marketing* Herba Penawar Al-Wahida (HPA)!
2. Bagaimana *Multi Level Marketing* Herba Penawar Al-Wahida (HPA) menurut perspektif Fatwa MUI No. :75/DSN-MUI/VII/2009 di Stockis Gang Melati 13 Komplek Sadabuan Kota Padangsidempuan!

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui pelaksanaan MLM HPA dan MLM HPA di Stockis Gang Melati 13 Komplek Sadabuan Kota Padangsidempuan sudah sesuai dengan syariat Islam dalam perspektif Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 75/DSN-MUI/VII/2009.

Sedangkan kegunaan penelitian ini adalah :

1. Wahana untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dan keterampilan peneliti melalui bahasa ilmiah tentang Penjualan Berjenjang atau MLM.
2. Persyaratan untuk melengkapi tugas-tugas dalam memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H).

D. Batasan Istilah

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman terhadap istilah yang dipakai dalam judul skripsi ini dibuat batasan istilah sebagai berikut:

1. *Multi Level Markeing* adalah pemasaran yang dilakukan beberapa orang dengan sistem berjenjang (terdiri dari beberapa tingkatan level).⁷ MLM yang dimaksudkan dalam pembahasan ini adalah sistem penjualan langsung, dimana barang dipasarkan oleh para konsumen langsung dari produsen di Stockis Gang Melati 13 Komplek Sadabuan Kota Padangsidempuan.
2. Perspektif adalah cara melukiskan suatu benda pada permukaan yang mendatar sebagaimana yang terlihat oleh mata dengan tiga dimensi (panjang, lebar, dan tingginya); sudut pandang; pandangan.⁸ Perspektif yang dimaksudkan dalam pembahasan ini adalah sudut pandang terhadap pelaksanaan MLM HPA di Stockis Gang Melati 13 Komplek Sadabuan Kota Padangsidempuan dilihat dari Fatwa MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009.
3. Fatwa adalah jawab (keputusan, pendapat) yang diberikan oleh mufti suatu masalah.⁹ Fatwa yang dimaksudkan di sini adalah fatwa yang dikeluarkan oleh MUI mengenai Penjualan Langsung Berjenjang Syariah.
4. Majelis Ulama Indonesia adalah Wadah musyawarah para ulama, pemimpin, dan cendikiawan muslim dalam mengayomi umat dan mengembangkan kehidupan Islami serta meningkatkan partisipasi umat

⁷ Supriadi Yosup Boni, *Op. Cit.*, hlm. 112.

⁸ Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi III (Jakarta: Balai Pustaka, 2005) hlm. 864.

⁹ *Ibid.*, hlm. 314.

Islam dalam pembangunan nasional.¹⁰ MUI yang dimaksudkan di sini adalah pemberi fatwa bagi masyarakat yang membutuhkan kejelasan hukum.

5. Herba Penawar Al-Wahida adalah sebuah perusahaan internasional yang konsisten dan eksis menjual produk-produk herbal yang berguna bagi kesehatan.¹¹

E. Tinjauan Kepustakaan

Berdasarkan penelusuran yang dilakukan terhadap hasil-hasil pustaka, peneliti menemukan beberapa penelitian yang berkaitan dengan tema peneliti, namun memiliki perbedaan mendasar dengan yang akan diteliti oleh peneliti, yaitu:

Penelitian yang dilakukan oleh Ami Sholihati, yang berjudul *“Tinjauan Hukum Islam Tentang Insentif Passive Income pada MLM Syariah di PT K-Link International”*, menguraikan tentang insentif *passive income* diperoleh member yang berperingkat *Royal Crown Ambassador, Emerald Manager, Sapphire Manager, Diamond Manager, dan Senior Crown Ambassador*. Peringkat-peringkat tersebut yang sudah mahir menjalankan segitiga-S (*Sikap, Service, Sponsoring*) dan MLM PT K-Link belum

¹⁰ Peraturan Presiden Nomor 151 Tahun 2014 Tentang Bantuan Pendanaan Kegiatan Majelis Ulama Indonesia.

¹¹ Griya Sehat, “Rumah Sehat Herba Penawar Al-Wahida”, diakses dari <http://griyasehat91.blogspot.co.id>, Pada Rabu, 02 Mei 2018.

memenuhi ketentuan hukum Fatwa tentang PLBS (Penjualan Langsung Berjenjang Syariah) No. :75/DSN-MUI/VII/2009.¹²

Penelitian yang dilakukan oleh Sri Widihastuti, yang berjudul “*Modal Sosial Dalam Strategi Multi Level Marketing (MLM) Tianshi di Yogyakarta*”, menguraikan tentang bahwa MLM Tianshi sebagaimana suatu lembaga memiliki modal sosial yaitu kepercayaan, jaringan dan norma dan modal sosial dalam strategi MLM Tianshi adalah kepercayaan yang dilakukan dengan cara melakukan persentasi dan memakai produk, jaringan yang dilakukan dengan cara *prospecting*, dan nirma yang harus dipatuhi distributor meliputi norma tidak tertulis yaitu kepribadian, pengetahuan dan norma tertulis.¹³

Sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti adalah pelaksanaan MLM HPA di Stockis Gang Melati 13 Komplek Sadabuan Kota Padangsidempuan dalam perspektif Fatwa Dewan Syariah Majelis Ulama Indonesia No :75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah.

¹² Ami Solihati, “Tinjauan Hukum Islam Tentang Intensif Passif Income pada Multi Level Marketing Syariah di PT K-Link International”. *skripsi* IAIN Walisongo Semarang : IAIN Walisongo, 2012.

¹³ Sri Widihastuti, “Modal Sosial dalam Strategi MLM (*Multi Level Marketing*) Tianshi”, *skripsi* Universitas Negeri Yogyakarta, 2011.

F. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pembahasan skripsi ini dibuat sistematika pembahasan sebagai berikut :

Bab pertama adalah pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, batasan istilah, tinjauan kepustakaan, dan sistematika pembahasan.

Bab kedua kajian kepustakaan terdiri dari MLM konvensional, MLM syariah. Dengan sub-sub judul : 1) MLM konvensional : pengertian MLM, dasar hukum MLM, sistem MLM, perkembangan MLM, produk MLM. 2) MLM syariah : pengertian MLM syariah, dasar hukum MLM syariah, sistem MLM syariah, perkembangan MLM syariah dan produk-produk MLM syariah.

Bab ketiga metodologi penelitian terdiri dari data geografis, waktu penelitian, jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

Bab keempat hasil penelitian terdiri dari Herba Penawar Al-Wahida (HPA), pelaksanaan MLM HPA, MLM HPA menurut Fatwa MUI No :75/DSN-MUI/VII/2009 di Stockis Gang 13 Komplek Sadabuan Kota Padangsidimpuan dan analisis HPA dalam perspektif Fatwa MUI No : 75/DSN-MUI/VII/2009.

Bab kelima penutup terdiri dari kesimpulan dan saran-saran.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. *Multi Level Marketing* Konvensional

1. Pengertian *Multi Level Marketing*

Secara etimologi *Multi Level Marketing* berasal dari bahasa Inggris, *Multi* berarti banyak sedangkan *Level* berarti berjenjang atau tingkat. Adapun *Marketing* berarti penjualan. Jadi dari kata tersebut dapat dipahami bahwa *Multi Level Marketing* adalah penjualan yang berjenjang banyak.¹⁴

MLM adalah sebuah sistem penjualan langsung, di mana barang dipasarkan oleh para konsumen langsung dari produsen. Para konsumen yang sekaligus memasarkan barang mendapatkan imbalan bonus. Bonus tersebut diambil dari keuntungan setiap pembeli yang dikenalkan oleh pembeli berdasarkan ketentuan yang diatur.¹⁵

MLM adalah sistem penjualan yang mengandalkan penjualan langsung (*Direct selling*) melalui jaringan distributornya yang berbentuk secara berantai, di mana setiap distributor yang merekrut dan direkrut selalu ada kaitan perhitungan komisi dan bonus.¹⁶ *Direct Selling* (Penjualan Langsung) adalah metode penjualan barang dan/ atau jasa

¹⁴ Gemala Dewi, dkk, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia* (Jakarta: Kencana Persada Media Group, 2005) hlm. 193.

¹⁵ Erwandi Tarmizi, *Harta Haram Muamalat Kontemporer* (Bogor: PT Berkas Mulia Insani, 2016) hlm. 345.

¹⁶ Sonny Sumarsono, *Kewirausahaan* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010) hlm. 105.

tertentu kepada konsumen dengan cara tatap muka di luar lokasi eceran tetap oleh jaringan penjualan yang dikembangkan oleh mitra usaha dan bekerja berdasarkan komisi penjualan, bonus penjualan dan iuran keanggotaan yang wajar.

Dalam kata lain MLM dapat dikatakan sebagai penjualan yang dilakukan melalui banyak *level* atau tingkatan, yang biasanya dikenal dengan istilah *upline* (tingkat atas) dan *downline* (tingkat bawah). *Upline* (promotor) adalah anggota yang sudah menjadi anggota terlebih dahulu, sedangkan bawahan (*downline*) adalah anggota baru yang mendaftar atau direkrut oleh promotor. Jenjang keanggotaan ini bisa saja berubah-ubah, sesuai dengan syarat pembayaran atau pembelian tertentu.

MLM merupakan sebuah sistem penjualan modern melalui jaringan distribusi yang dibangun secara permanen dengan memposisikan pelanggan perusahaan sekaligus sebagai tenaga penjualan. Singkatnya, MLM adalah suatu konsep penyaluran (distribusi) barang berupa produk dan jasa tertentu, yang memberi kesempatan kepada para konsumen untuk turut terlibat sebagai penjual dan memperoleh keuntungan di dalam garis kemitraannya.¹⁷

MLM adalah pemasaran yang dilakukan beberapa orang dengan sistem berjenjang (terdiri dari beberapa tingkat). Beberapa orang ini

¹⁷ Agustino, *Prospek MLM Syari'ah di Indonesia* (Jakarta: 15 Februari, 2002) hlm. 9.

disebut *member*, sales presentatif, atau konsultan. Mereka terdaftar sebagai *member* (anggota) perusahaan MLM tanpa terikat waktu kerja.¹⁸

Definisi MLM secara hukum dapat dijumpai dalam pasal 1 angka I Keputusan Menteri Perdagangan RI Nomor 73/MPP/Kep/3/2000 tentang kegiatan Usaha Penjualan berjenjang. MLM diartikan sebagai suatu cara atau metode penjualan secara berjenjang kepada konsumen melalui jaringan penjualan 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.¹⁹

Jadi, MLM adalah kegiatan penjualan yang melibatkan beberapa orang diantaranya atasan (*upline*) dan bawahan (*downline*) dengan sistem berjenjang *upline* sebagai pimpinan dan *downline* bawahan dalam pelaksanaan kegiatan penjualannya *downline* harus membuat jaringan 1 kanan dan 1 kiri hingga membuat piramida.

2. Dasar Hukum MLM

Dasar hukum yang terkait secara langsung dengan kegiatan *MLM* meliputi:²⁰

¹⁸ Supriyadi Yosup Boni, *Apa Salah MLM?* (Jakarta: Pustaka al-Kautsar, 2017) hlm. 112.

¹⁹ Serfianto D. Purnomo, dkk, *MLM Money Game dan Skema Piramida* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2011) hlm. 22.

²⁰ *Ibid.* hlm. 89.

- a. Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 32/M-DAG/PER/8/2008 tentang penyelenggaraan kegiatan usaha perdagangan dengan sistem penjualan langsung.
- b. Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 47/M-DAG/PER/9/2009 tentang perubahan atas Permendag Nomor 32/M-DAG/PER/8/2008 tentang penyelenggaraan kegiatan usaha perdagangan dengan sistem penjualan langsung.
- c. Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 55/M-DAG/PER/10/2009 tentang pendelegasian wewenang Penerbitan Surat Izin Usaha Penjualan Langsung kepada kepala badan koordinasi penanaman modal dalam rangka pelaksanaan pelayanan terpadu satu pintu di bidang penanaman modal.
- d. Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 13/M-DAG/PER/3/2006 tentang ketentuan dan tata cara penerbitan surat izin usaha penjualan langsung.
- e. Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 36/M-DAG/PER/9/2007 tentang penerbitan surat izin usaha perdagangan.
- f. Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 73/MPP/Kep/3/2000 tentang ketentuan kegiatan usaha penjualan berjenjang.
- g. Fatwa Dewan Syariah Nasional – Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) Nomor 75/DSN/MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).

Di samping payung hukum di atas, perusahaan MLM yang beroperasi di Indonesia wajib tunduk pada peraturan dan undang-undang perusahaan secara umum, sehingga setiap perusahaan wajib memenuhi legalitas standar meliputi:²¹

- a. Akta pendirian perusahaan.
- b. Surat Keterangan Domisili Perusahaan (SKDP).
- c. SK Kemenkumham.
- d. Tanda Daftar Perusahaan (TDP).
- e. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP).
- f. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).

Terkait produk, utamanya produk-produk konsumsi, kesehatan dan kecantikan harus dilengkapi dengan legalitas formal dari lembaga atau kementerian terkait seperti Dinas Kesehatan dan Badan Peneliti dan Pengawas Obat dan Makanan (BPPOM) termasuk sertifikat halal dari Lembaga Penelitian Pengawasan Obat dan Makanan Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI).²²

3. Sistem MLM

MLM adalah menjual atau memasarkan langsung suatu produk, baik berupa barang atau jasa konsumen sehingga biaya distribusi dari barang yang dijual atau dipasarkan tersebut sangat minim atau bahkan

²¹ Supriyadi Yosup Boni, *Op. Cit.*, hlm. 118.

²² *Ibid.*

sampai ke titik nol yang artinya bahwa dalam bisnis MLM ini tidak diperlukan biaya distribusi.²³ MLM juga menghilangkan biaya promosi dari barang yang hendak dijual karena distribusi dan promosi dari barang yang hendak dijual ditangani langsung oleh distributor dengan sistem berjenjang.

Secara global sistem MLM dilakukan dengan cara menjaring calon nasabah yang sekaligus berfungsi sebagai konsumen dan *member* dari perusahaan yang melakukan praktek MLM. Hal ini dilakukan dengan cara memprospek dan merekrutnya dengan berbagai cara. Adapun secara terperinci bisnis MLM dilakukan dengan cara sebagai berikut:²⁴

- 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 di atas, yakni membeli produk perusahaan dengan mengisi formulir keanggotaan.

²³ Andreas Harefa, *10 Kiat Sukses Distributor MLM* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1999) hlm. 12.

²⁴ Kholid Syamhudi, *Siapa Bilang MLM Haram?* (Bogor: Pustaka Darul Ilmi, 2010) hlm. 27-28.

- d. Para *member* baru juga bertugas mencari calon *member-member* baru lagi dengan cara seperti di atas, yakni membeli produk perusahaan dengan 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 paket produk perusahaan, maka *member* yang berada pada level pertama, kedua dan seterusnya akan selalu mendapatkan bonus secara estafet dari perusahaan, karena perusahaan merasa diuntungkan dengan adanya *member-member* baru tersebut.²⁵

Dengan demikian, posisi *member* dalam jaringan MLM ini, tidak lepas dari dua posisi : 1) pembeli langsung, 2) makelar. Disebut pembeli langsung apabila sebagai *member*, ia melakukan transaksi pembelian secara langsung, baik kepada perusahaan maupun melalui distributor atau pusat stock. Disebut makelar karena ia telah menjadi perantara (melalui

²⁵ *Ibid.*

perekrutan yang telah Ia lakukan) bagi orang lain untuk menjadi *member* dan membeli produk perusahaan tertentu.²⁶

Beberapa perusahaan MLM, ada yang melakukan kegiatan menjaring dana masyarakat untuk menanamkan modal di perusahaan tersebut dengan janji akan memberikan keuntungan sebesar 100% dalam setiap bulannya. Juga beberapa perusahaan MLM lainnya yang mana seseorang bisa menjadi *member*-nya tidak harus dengan menjual produk perusahaan, namun cukup dengan mendaftarkan diri dengan membayar uang pendaftaran, selanjutnya ia bertugas mencari anggota lainnya dengan cara yang sama, semakin banyak anggota maka akan semakin banyak bonus yang diperoleh dari perusahaan tersebut.

Intinya, memang ada sedikit perbedaan pada sistem setiap perusahaan MLM, namun semuanya berinti pada mencari anggota lainnya, semakin banyak anggotanya semakin banyak bonus yang diperolehnya.

4. **Perkembangan MLM**

Sistem ini sebagai bentuk pertukaran ekonomi yang mengiringi pertumbuhan perusahaan telah berkembang pesat sehingga menampilkan wajahnya yang paling modern yaitu MLM. Sistem ini berasal dari Amerika Serikat dan mulai diperkenalkan secara ilmiah oleh dua orang

²⁶ Hafidz Abdurrahman dan Yahya Abdurrahman, *Bisnis & Muamalah Kontemporer* (Bogor: Al-Azhar Freshzone Publishing, 2015) hlm. 116.

Professor Pemasaran dari Universitas Chicago, yaitu Karl Ramburg dan Robert Metcalt pada tahun 1945 dengan nama perusahaan *Nutrilite*.²⁷

Perusahaan *Nutrilite* ini merupakan salah satu perusahaan pertama yang menawarkan konsep bisnis MLM. Produk pertamanya yang dijual di perusahaan *Nutrilite* adalah vitamin dan makanan tambahan. Bisnis ini memberi komisi tambahan pada distributor independen yang berhasil merekrut, melatih dan membantu anggota baru untuk ikut menjual produk. Metode baru ini memungkinkan seorang distributor terus merekrut anggota baru dengan kedalaman dan keluasan yang tidak terbatas. Konsep bisnis ini, pada tahun 1959 dikembangkan dan disahkan secara hukum di Michigan, Amerika Serikat melalui perusahaan *Amway Corporation*. Sistem MLM ini kemudian terus berkembang, dan terus merambah 70 negara di dunia, termasuk Indonesia.²⁸

Di Indonesia sendiri, bisnis MLM sudah masuk sejak tahun 80an. Perusahaan lokal pelopor bisnis ini adalah PT. Sentral Nusa Insan cemerlang (CNI) yang berdiri di Bandung. Sementara itu, pada tahun 90an beberapa MLM asing banyak membuka cabang di Indonesia yang berasal dari Cina, Jepang, Malaysia, USA, dan Negara lainnya.²⁹

²⁷ Jabbar Ibrahim, *MLM Bikin Saya Kaya Raya* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009) hlm. 10.

²⁸ *Ibid.*

²⁹ Kusworo, *Mengenal MLM Syariah* (Tangerang: Amal Actual, 2005) hlm. 23.

Perusahaan yang menggunakan sistem MLM di Indonesia dari tahun ke tahun, salah satunya adalah Amway, Herbalife, Forever Young, Tianshi, Avon, Sophie Martin, Oriflame dan Tupperware. Sementara untuk MLM lokal di Indonesia terdapat nama-nama seperti CNI, MQ-Net, Triple-s, Ahad Net dan Perusahaan MLM lainnya.

5. Produk MLM

Ada beberapa perusahaan MLM yang ada di Indonesia, yaitu:³⁰

a. Amway

Amway adalah salah satu perusahaan MLM di Indonesia dengan produk pembersih rumah, kecantikan dan kesehatan, nutrisi, alat-alat rumah tangga, asuransi, pelumas, bahkan pengolahan air sehat.

b. CNI

Perusahaan ini didirikan di Bandung tahun 1986. Produk dari perusahaan ini adalah produk kesehatan (berbagai suplemen dan vitamin), dan produk kebutuhan rumah tangga.

c. Sophie Martin

Sophie Martin Indonesia didirikan atas nama PT Sophie Martin Indonesia, merupakan anak perusahaan berkonsep MLM yang beroperasi di Indonesia sejak 1994. Perusahaan ini tumbuh menjadi

³⁰ Kaskus Kreator, "5 Perusahaan MLM Terbesar yang Masih Tetap eksis di Indonesia" diakses dari <https://m.kaskus.co.id>, pada Kamis 03 Mei 2018.

perusahaan penyedia produk fashion. Produknya meliputi baju, tas, *make-up*, dan kebutuhan rumah tangga.

d. Orie Flame

Perusahaan orie flame merupakan perusahaan dengan sistem MLM yang berfokus pada produk-produk kecantikan seperti, bedak, sampo, sabun, parfum dan sejenisnya.

e. Tupperware

Tupperware didirikan oleh earl Silas Tupper (1907-1983), di mana perusahaan berfokus pada produk rumah tangga.³¹

B. Multi Level Marketing Syariah

1. Pengertian MLM Syariah

MLM syariah adalah sebuah sistem pemasaran yang dalam penerapannya didasarkan pada nilai-nilai ekonomi syariah yang berlandaskan tauhid, akhlak dan hukum muamalah.³²

Ada dua aspek untuk menilai apakah bisnis MLM itu sesuai dengan syariah atau tidak yaitu aspek produk atau jasa yang dijual dan sistem dari MLM itu sendiri. Dari aspek produk yang dijual, dalam hal ini objek dari MLM harus merupakan produk-produk yang halal dan jelas bukan produk yang dilarang oleh agama. Selain halal objek yang dijual juga harus bermanfaat dan dapat diserahkan serta mempunyai harga

³¹ *Ibid.*

³² Anis Tyas Kuncoro, *Konsep Bisnis MLM Dalam Perspektif Ekonomi Syariah* (Jakarta: Sultan Agung, 2009) hlm. 26.

yang jelas. Oleh karena itu walaupun MLM dikelola atau memiliki jaringan distribusi yang dijalankan oleh seorang muslim namun apabila objeknya tidak jelas bentuk, harga dan manfaatnya maka hal itu bisa dikatakan tidak sah.³³

Praktik Penjualan Langsung Berjenjang Syariah wajib memenuhi 12 kriteria dalam menentukan *Multi Level Marketing* berbasis syariah, yaitu:

- a. Adanya obyek transaksi riil yang diperjualbelikan berupa barang atau produk jasa.
- b. Barang atau produk jasa yang diperdagangkan bukan sesuatu yang diharamkan dan atau yang dipergunakan untuk sesuatu yang haram.
- c. Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur *gharar*, *maysir*, *riba*, *dharar*, *dzulm*, maksiat.
- d. Tidak ada kenaikan harga/ biaya yang berlebihan (*excessive mark-up*), sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas/ manfaat yang diperoleh.
- e. 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

³³ Firman Wahyudi, *MLM Dalam Kajian Fiqh Muamalah*, dalam Al-Banjari Vol. 13, No. 2, Juli-Desember, 2014. Hlm. 175.

produk jasa, dan harus menjadi pendapatan utama mitra usaha dalam PLBS.

- f. 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.
- g. Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara regular tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa.
- h. Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan *ighra'*.
- i. Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dengan anggota berikutnya.
- j. Sistem perekrutan keanggotaan, bentuk penghargaan dan acara seremonial yang dilakukan tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan aqidah, syariah dan akhlak mulia seperti syirik, kultus, maksiat dan lain-lain.
- k. Setiap mitra usaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya tersebut.

1. tidak melakukan *money game*.³⁴

2. Dasar Hukum MLM Syariah

Adapun yang menjadi dasar hukum MLM syariah adalah:

a. Q.S al-Maidah [5] : 2 :

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ﴿٢﴾

“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan taqwa dan jangan tolong-menolong dalam dosa dan permusuhan”

Dalil al-Quran yang menerangkan tentang anjuran tolong-menolong dalam kebaikan seperti saat bermu’amalah hubungannya dengan MLM karena para *member* selalu diberikan pelatihan dan motivasi oleh pihak perusahaan, sehingga para *member* bisa bekerja dengan baik.

b. Q.S an-Nisa [4] : 29 :

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ

تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesama dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan

³⁴ Fatwa Dewan Syariah Nasional No :75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).

janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

Dalil al-Quran yang menerangkan tentang larangan memakan harta dengan jalan yang *batil* ini berhubungan dengan MLM, tidak boleh yang menjadi *member* pertama selalu mendapat bonus yang lebih besar dibanding *member* yang kedua. Hal tersebut akan merugikan *member* kedua.

c. Q.S al-Hasyr [59] : 7 :

كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةٌ بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ ۗ

“Agar harta tidak berputar hanya diantara orang-orang kaya saja diantara kamu”

Dalil al-Quran yang menerangkan agar harta tidak berputar diantara orang-orang kaya saja diantara kamu, hubungannya dengan MLM adalah setiap member akan mendapat potongan dalam setiap pembelian dan bonus apabila mengajak orang lain bergabung.

Jadi, pada dasarnya hukum dari MLM ini adalah mubah berdasarkan kaidah Fiqh yaitu *“asal dari semua transaksi atau perikatan adalah boleh sehingga ada indikator yang menunjukkan keharamannya”*.³⁵ Selain itu bisnis ini bebas dari unsur-unsur riba (sistem bunga), *gharar* (penipuan), *dharar* (bahaya), *jahalah* (tidak transparan), dan *dzulm*

³⁵ Muchtar Yahya, *Dasar-dasar Pembinaan Hukum Fiqh Islam* (Bandung: PT. Alma'arif, 1997) hlm. 76.

(merugikan orang lain) dan yang lebih urgen adalah produk yang dibisniskan halal. Dengan demikian, bisnis MLM merupakan bagian dari perdagangan yang harus memenuhi syarat dan rukun sahnya sebuah perikatan.

3. Sistem MLM Syariah

Pada dasarnya MLM yang berbasis syariah tidak jauh berbeda dengan MLM konvensional. Yang membedakan adalah bentuk usaha atau jasa harus memenuhi hal-hal sebagai berikut:

- a. Produk yang dipasarkan halal, baik dan menjauhi syubhat.
- b. Sistem akadnya memenuhi kaedah dan rukun jual beli sebagaimana yang terdapat dalam hukum Islam.
- c. Operasional, kebijakan, budaya organisasi, maupun sistem akuntansinya harus sesuai syariah.
- d. Tidak ada *mark up* harga produk yang berlebihan, sehingga anggota terzalimi dengan harga yang amat mahal, tidak sepadan dengan kualitas dan manfaat yang diperoleh.
- e. Dalam struktur organisasinya, ada Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang terdiri dari para ulama yang memahami permasalahannya. Selanjutnya, formula intensif harus adil, tidak mendzalimi *downline* dan tidak menempatkan *upline* hanya menerima *pasif income* tanpa bekerja,

upline tidak boleh menerima *income* dari hasil jerih payah *downline* nya.³⁶

Pembagian bonus harus mencerminkan usaha masing-masing anggota. Tidak ada eksploitasi dalam aturan pembagian bonus antara orang yang awal menjadi anggota dengan yang akhir. Oleh karena itu pembagian bonus yang diberikan harus jelas angka nisbahnya sejak awal. Cara pemberian penghargaan kepada mereka yang berprestasi tidak huru-hara dan pesta pora. Produk yang dijual tidak menitik beratkan barang-barang tersier, terutama ketika ummat masih bergelut dengan pemenuhan kebutuhan primer. Di samping itu, perusahaan MLM harus berorientasi pada kemaslahatan ekonomi ummat.³⁷

4. Perkembangan MLM Syariah

Sistem MLM yang lahir pada tahun 1945 merupakan kreasi dan inovasi marketing yang melibatkan masyarakat konsumen dalam kegiatan usaha pemasaran dengan tujuan agar masyarakat konsumen dapat menikmati manfaat financial dalam bentuk insentif, hadiah-hadiah, perlindungan asuransi, tabungan hari tua, dan bahkan kepemilikan saham perusahaan.³⁸

³⁶ Ahmad Mardalis & Nur Hasanah, *MLM (MLM) Perspektif Ekonomi Islam* dalam Falah Jurnal Ekonomi Syariah Vol. 1, No. 1 Februari 2016, hlm. 35.

³⁷ *Ibid.*, hlm. 36.

³⁸ Ahmad Basyuni Lubis, *Al-Iqtishad*, November, 2000.

Oleh karena banyaknya perusahaan MLM yang berkembang, sehingga belakangan ini hadir juga perusahaan MLM yang mengklaim perusahaannya dengan MLM berbasis syariah. Kelahiran MLM berbasis syariah dilatarbelakangi oleh realitas bahwa produk-produk makanan, minuman, kosmetik, dan jutaan jenis-jenis barang lainnya harus berstatus halal. Perusahaan MLM yang pertama kali mengklaim perusahaannya MLM berbasis syariah di Indonesia adalah perusahaan Ahad-Net. Hal ini dilatarbelakangi atas kepedulian akan kondisi perekonomian umat Islam Indonesia yang masih terpuruk. Umat Islam yang menjadi mayoritas di Negeri ini, harus menggunakan kekuatan jaringan, agar pemberdayaan potensi bisnis umat Islam Indonesia bisa diwujudkan. Pemberdayaan ekonomi kaum Muslimin adalah pemberdayaan ekonomi kerakyatan yang harus dilakukan. Setelah perusahaan Ahad-Net inilah kemudian bermunculan perusahaan MLM syariah seperti, PT K-Link Nusantara, PT Veritra Sentosa International, PT Momen Global International, PT Ufo Bisnis Kemitraan Bersama Syariah, PT Nusantara Sukses Selalu, PT Singa Langit Jaya (TIENS), PT HPA.³⁹

³⁹ *Ibid.*

5. Produk MLM Syariah

Pada tanggal 27 Juli 2016, DSN-MUI menerbitkan Keputusan Dewan syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia No. KEP-03/DSN-MUI/VII/2016 tentang Daftar Perusahaan Penjualan Langsung Berjenjang Syariah yang telah mendapatkan sertifikat DSN-MUI. Perusahaan-perusahaan tersebut adalah :⁴⁰

NO.	LEMBAGA	PRODUK	NO SK
1.	PT Veritra Sentosa Internasional	Layanan Pembayaran Multiguna	010.57.01/DSN- MUI/VII/2017
2	PT Momen Global Internasional	Nutrisi Kesehatan	006.53.01/DSN- MUI/VII/2017
3.	PT UFO Bisnis Kemitraan Bersama Syariah	Produk Kesehatan	003.50.01/DSN- MUI/I/2017
4.	PT K-LINK Nusantara	Produk Kesehatan	002.49.01/DSN- MUI/I/2017

⁴⁰ Rustiawan, “Daftar List MLM Hlmal Syariah” diakses dari <http://www.hpa-network.com>, pada Kamis 03 Mei 2018.

5.	PT Nusantara Sukses Selalu	Produk Kesehatan	003.38.01/DSN- MUI/III/2016
6.	PT Singa Langit Jaya (TIENs)	Produk Kesehatan	002.36.01/DSN- MUI/II/2016
7.	PT HPA	Produk Kesehatan	002.36.01/DSN- MUI/II/2015 ⁴¹

⁴¹ *Ibid.*

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Data Geografis

Lokasi penelitian ini dilakukan di Gang Melati 13 Komplek Sadabuan Kota Padangsidempuan, dengan batas-batas sebagai berikut:

Sebelah Timur berbatasan dengan Kelurahan Bonan Dolok

Sebelah Barat berbatasan dengan Kelurahan Kayu Ombun

Sebelah Utara berbatasan dengan Kelurahan Losung Batu

Sebelah Selatan berbatasan dengan Kelurahan Tano Bato

Sedangkan letak koordinat Gang Meelati 13 Komplek Sadabuan Kota Padangsidempuan adalah 1°22'U'LU 99°16'20"BT.

B. Informan Penelitian

Informan penelitian di sini diharapkan dapat memberikan informasi seluas-luasnya, sehingga peneliti mampu mendeskripsikan fenomena yang diteliti secara utuh. Dalam hal ini informan penelitian ini terdiri dari : Syailan Harahap (*upline*) sebagai pemilik Stockis HPA di Gang Melati 13 Komplek Sadabuan Kota Padangsidempuan, Julistina dan Abrori Nurul (*upline*) sebagai pemilik Kantor Cabang HPA di Padangsidempuan. Ayuli Fika Lestari, Hotnida, dan Susi Susanti adalah *downline* pada jaringan Syailan Harahap Stockis Gang Melati 13 Komplek Sadabuan Kota Padangsidempuan.

C. Waktu Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan sejak proposal disetujui oleh pembimbing I dan pembimbing II yang sudah dilaksanakan Desember 2017 sampai Mei 2018. Waktu yang ditetapkan ini dipergunakan dalam rangka pengambilan data sampai kepada pengolahan data hasil penelitian, kemudian pembuatan laporan penelitian.

D. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah penelitian lapangan (*field search*). Penelitian lapangan merupakan metode untuk menemukan secara spesifik dan realistis tentang apa yang sedang terjadi pada suatu saat di tengah-tengah kehidupan masyarakat. Jadi mengadakan penelitian lapangan mengenai beberapa masalah aktual yang kini sedang terjadi dan menginterpretasikan dari dalam bentuk gejala atau proses sosial. Pada

prinsipnya penelitian lapangan bertujuan untuk memecahkan masalah-masalah praktis dalam masyarakat.⁴²

Penelitian lapangan merupakan penelitian yang secara langsung turun ke lapangan yang akan diteliti, dengan menggunakan metode analisis yang bertujuan untuk memecahkan masalah yang sedang terjadi di tengah-tengah masyarakat.

Sedangkan sifat penelitian yang peneliti gunakan adalah deskriptif. Secara harfiah, penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang bermaksud mengadakan pemeriksaan dan pengukuran-pengukuran terhadap gejala tertentu.⁴³ Deskriptif yang dimaksud dalam penelitian ini adalah peneliti mengumpulkan data dari fakta yang ada di lapangan dan untuk mengungkapkan suatu masalah dan keadaan sebagaimana adanya. Peneliti memaparkan data hasil penelitian yang diperoleh dari lapangan yakni Pelaksanaan *Multi Level Marketing* dalam Perspektif Fatwa Dewan Syariah Nasional No. :75/DSN-MUI/VII/2009 studi Herba Penawar Al-Wahida (HPA) Stockis Gang Melati 13 Komplek Sadabuan Kota Padangsidimpuan.

E. Sumber Data

Sumber data menjelaskan tentang dari mana data diperoleh, data apa saja yang dikumpulkan, bagaimana informasi atau subyek tersebut, dan dengan cara bagaimana data dijaring sehingga validitasnya dapat dijamin.

Sumber data dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data pertama di mana sebuah data dihasilkan dan diambil dari sumber pertama yang ada di lapangan.⁴⁴ Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dan dikumpulkan secara langsung dari lokasi penelitian melalui wawancara kepada Stockis, *Upline* biasa, dan *Downline* biasa di Herba Penawar Al-Wahida (HPA) Stockis Gang Melati 13 Komplek Sadabuan Kota Padangsidimpuan.

2. Sumber Data Sekunder

⁴² Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 1999) hlm. 28.

⁴³ Husain Umar, *Metodologi untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2009) hlm. 24.

⁴⁴ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial, Format-format Kuantitatif dan Kualitatif* (Surabaya: Airlangga University Press, 2001) hlm. 29.

Sumber data sekunder adalah data yang telah lebih dahulu dikumpulkan dan dilaporkan oleh orang atau instansi di luar peneliti sendiri.⁴⁵ Jadi pada saat melakukan penelitian data tersebut telah tersedia dan sifatnya melengkapi data primer.⁴⁶

Adapun data yang termasuk data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang berasal dari dokumen-dokumen yang berkenaan dengan Herba Penawar Al-Wahida (HPA) seperti data tentang sistem bisnis *Multi Level Marketing*. Buku-buku yang relevan dengan pembahasan sistem Herba Penawar Al-Wahida (HPA) serta sumber lain berupa hasil laporan penelitian yang masih mempunyai relevansi dengan tema yang dibahas. Dalam hal ini data sekunder digunakan untuk mendapatkan data-data yang lebih valid tentang sistem bisnis *Multi Level Marketing* yang diterapkan Herba Penawar Al-Wahida (HPA).

F. Teknik Pengumpulan Data

Sebagaimana layaknya studi kualitatif yang mengadakan penelitian terhadap lapangan. Maka pengumpulan datanya dilakukan langsung oleh peneliti dengan menggunakan metode wawancara dan dokumentasi :

1. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk mendapatkan keterangan-keterangan lisan melalui bercakap-cakap dan berhadapan dengan orang yang dapat memberikan keterangan pada peneliti.⁴⁷

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*), yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.⁴⁸

Teknik wawancara yang digunakan oleh peneliti adalah wawancara campuran di mana peneliti mengacu kepada pedoman

⁴⁵ Moh Pabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006) hlm.

58.

⁴⁶ Burhan Bungin, *Op. Cit.*, hlm. 128.

⁴⁷ Mardalis, *Op. Cit.*, hlm. 64.

⁴⁸ Suharsimi Arikuntoro, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006) hlm. 129.

wawancara yang telah dibuat sesuai dengan tujuan penelitian terutama dengan jenis data yang dibutuhkan dan bisa berubah sesuai dengan keadaan di lokasi wawancara tersebut. Adapun yang menjadi sasaran dalam metode wawancara ini adalah *Stockis*, *Upline* biasa, dan *Downline* biasa di Herba Penawar Al-Wahida (HPA).

2. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi ialah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen. Metode dokumentasi yaitu pengumpulan data yang bersumber dari tulisan dan dokumen.⁴⁹ Dokumentasi merupakan rekaman kejadian masa lalu yang ditulis atau dicetak berupa catatan anekdot, surat, buku harian, dan dokumen-dokumen. Tidak jauh berbeda dengan pendapat dari Suharsimi Arikonto bahwa dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk memperoleh informasi dari sumber tertulis atau dokumen-dokumen berupa buku-buku, majalah-majalah, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian, dan sebagainya.⁵⁰

Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian. Dalam penelitian ini sumber yang akan dijadikan alasan dari metode dokumentasi ini adalah data dari bahan-bahan tertulis yaitu buku-buku yang ada kaitannya dengan judul penelitian.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumen, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan dalam unit-unit, melakukan sintesis, menyusun dalam pola, memilih yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.⁵¹

⁴⁹ Lexy J. Maleong, *Metode Penelitian Kulaittaif edisi Revisi* (Bnadung: Remaja Rosdakarya, 2012) hlm. 123.

⁵⁰ Suharsimi Arikonto, *Op. Cit.*, hlm. 231.

⁵¹ *Ibid.*, hlm. 155.

Analisis data merupakan upaya yang dilakukan dengan gang bekerja dengan data, menemukan yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan dengan orang lain.⁵²

Teknik analisis data yang dipakai dalam penelitian adalah teknik analisis kualitatif lapangan, karena data yang diperoleh merupakan keterangan-keterangan dalam bentuk uraian. Kualitatis adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yaitu sumber tertulis atau ungkapan dan tingkah laku yang di observasi manusia.

Kemudian untuk menganalisis data, peneliti menggunakan cara berpikir induktif. Induktif berangkat dari kata-kata fakta/ peristiwa yang khusus, konkrit, ditarik generalis yang mempunyai sifat umum. Proses telaah data induktif dengan menelaah data bersamaan pada saat proses pengumpulan data, hasil temuan di lapangan kemudian dibentuk dan dikembangkan dalam teori.⁵³

⁵² Lexy J. Meleong, *Op. Cit.*, hlm. 248.

⁵³ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research Jilid I* (Yogyakarta: Yayasan Penerbit Psikologi UGM, 2002) hlm. 42.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

C. Herba Penawar Alwahida (HPA)

1. Sejarah Berdiri dan Berkembang Herba Penawar Alwahida (HPA)

Secara historis sistem MLM di mulai sejak berdirinya *Nutrilite*, sebuah perusahaan makanan tambahan di California, Amerika Serikat pada tahun 1930-an, yang menerapkan sistem bonus sebesar 2% kepada setiap penjual yang berhasil merekrut penjual baru. Bonus 2% tersebut dihitung berdasarkan nilai penjualan para penjual langsung yang direkrut oleh penjual sebelumnya atau sponsor.

Sayang kemudian, *Nutrilite* jatuh pada tahun 1950-an, namun dua orang distributornya berhasil mengembangkan sistem MLM yang dirintis oleh *Nutrilite* dengan mendirikan *Amway Corporation* pada tahun 1959 di Michigan, Amerika Serikat. *Amway* bahkan membeli *Nutrilite*, di samping memproduksi sendiri berbagai produk lainnya yang dipasarkan melalui sistem MLM.⁵⁴

Faktor anggapan bahwa ekonomi dan keuangan merupakan bagian dari ajaran Islam menyebabkan sebagian besar masyarakat muslim larut dalam sistem ekonomi kapitalis sekularis. Lalu mereka tidak berdaya dan menjadi sangat tergantung terhadap produksi dan distribusi umat lain.⁵⁵

Untuk mengantisipasi trend globalisasi dan informasi yang terkadang membawa dampak negatif terhadap umat Islam. Dan sebagai upaya menghadapi tantangan era globalisasi dalam era perdagangan bebas, produk asing yang semakin bebas memasuki wilayah umat Islam, Tuan Haji Ismail Bin Ahmad mendirikan Herba Penawar Al-wahida (HPA).

Herba Penawar Al-Wahida (HPA), sebuah perusahaan herbal di Malaysia. Sebelumnya Tuan Haji Ismail memakai sistem *single level marketing*. Orang pertama yang direkrutnya adalah teman-teman *usrohnya* (semacam kelompok pengajian). Pada awalnya Tuan Haji Ismail tidak setuju dengan sistem MLM, namun karena permintaan dari pelanggan

⁵⁴ Andreas Harefa, *10 Kiat Sukses Distributor MLM* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1999) hlm. 6.

⁵⁵ Suhrawardi K Lubis, *Hukum Ekonomi Islam* (Jakarta: Sinar Grafika, 2004) hlm. 173.

HPA dan setelah ada penjelasan dari gurunya bahwa sistem MLM tidak bertentangan dengan syariat Islam.

HPA berdiri pada bulan September 1987 namun diresmikan pada tanggal 15 Juli 1995 setelah 8 tahun beroperasi. Dan telah memiliki produk yang dipasarkan kurang lebih 80 jenis produk seperti, Habbatussauda, kopi radix, minyak but-but, minyak zaitun, dan banyak lagi jenis lainnya yang berguna.

Pada tahun 2006 HPA masuk ke Indonesia dengan bekerja sama dengan salah satu perusahaan Indonesia. Kemudian dari kerja sama ini mendirikan perusahaan yang diberi nama PT. Herba Penawar Al-Wahida yang disingkat menjadi HPA. Perusahaan ini berhasil berkembang dan menjalin kerja sama dengan perusahaan-perusahaan lainnya.⁵⁶

Akan tetapi, di samping perusahaan ini berkembang juga terdapat beberapa masalah diantaranya prinsip memasarkan produk ini tidak sesuai dengan aturan yang diterapkan Tuan Haji Ismail Bin Ahmad. Aturan semula adalah 5 pilar perjuangan HPA, yang *Pertama*, Bertemu dan Berpisah Karena Allah, *Kedua*, Produk Halal Tanggung jawab Bersama, *Ketiga*, Mencari Rizki halal dari Bisnis MLMS, *Keempat*, Boikot Produk Yahudi, *Kelima*, Dari Kita untuk Kita. Selain hal tersebut, Tuan Haji Ismail Bin Ahmad juga membuat aturan bahwa tidak boleh perusahaan ini bekerja sama dengan Non – Muslim. Namun, orang yang menjadi kepercayaan Tuan Haji Ismail Bin Ahmad melanggar aturan tersebut dengan bekerja sama dengan perusahaan Non-Muslim.⁵⁷

Sepanjang pergolakan tersebut, perusahaan HPA sering berganti nama mulai dari PT. Awmit kemudian HPAI, dan HNI. Bulan Agustus tahun 2016 HPA kembali kepada Tuan Haji Ismail Bin Ahmad. Resmi diambil Januari 2017 dan berganti nama menjadi HPA International. HPA *International* inilah yang kemudian tersebar hampir di seluruh wilayah daerah Indonesia sampai sekarang.

2. Visi dan Misi

Setiap perusahaan pasti mempunyai visi dan misi yang berbeda antara perusahaan yang satu dengan yang lainnya. Demikian juga halnya HPA yang mempunyai visi dan misi yaitu menjadikan perusahaan MLM

⁵⁶ Wawancara dengan Sailan Sebagai Pemilik Stockis HPA Gang Melati 13 Komplek Sadabuan Kota Padangsidimpuan, Pada 20 April 2018.

⁵⁷ *Ibid.*

syariah terbesar di Indonesia dan menjadi penggerak terciptanya perekonomian dan potensi umat Islam, memberikan kemaslahatan bagi masyarakat luas. Serta membutuhkan insan yang professional dengan memanfaatkan teknologi yang maju serta bertakwa kepada Allah SWT.⁵⁸

3. Produk-Produk HPA

a. Habbatussauda

Sebagai pembentuk sel yang tidak dapat dibentuk oleh sendiri dalam tubuh sehingga harus mendapat asupan atau makanan dari luar yang memiliki kandungan asal lemak esensial yang tinggi.

b. Rosella

Kelopak bunga rosella berkhasiat untuk meningkatkan kesehatan.

c. Kopi Radix Sinergis

Untuk membangkitkan semangat serta meredakan keletihan

d. Sari Kurma

Sangat bagus untuk ibu hamil dan pasca melahirkan dengan kandungan karbohidrat yang tinggi dapat meningkatkan trombosit dalam darah serta dapat meningkatkan vitalitas tubuh anda.

e. *Spirumadu Kids*

Untuk membangun sistem kekebalan tubuh, meningkatkan gizi mengatasi gangguan sistem metabolisme tubuh.

f. Soya Jawi

Untuk meningkatkan metabolisme tubuh memperbaiki sistem pencernaan, dan meningkatkan sirkulasi dalam darah.

g. Minyak But-but

Untuk mengobati patah tulang dan lain-lain.⁵⁹

h. *Malac*

⁵⁸ Starterkit PT. Alwahid Marketing International, *Profil Perusahaan*, hlm. 1.

⁵⁹ *Ibid.*

Untuk memecahkan batu karang, mengatasi bengkak karena peradangan infeksi saluran kencing, tekanan darah tinggi dan demam kuning.

i. Organik Mengkudu

Untuk mengobati keputihan, pencernaan, membuang toksin/ racun.

j. *Extra Green*

Formula lengkap ini sangat mudah di serap oleh tubuh sehingga baik untuk mempertahankan kesehatan dan kesegaran tubuh terhadap beragam penyakit dan memperlancar peredaran darah.

k. *Vitex*

Untuk menurunkan tekanan darah tinggi dan menjadikan normal.

l. *Teh Asiatikca Plus*

Untuk melansingkan badan.

m. *Hb*

Untuk meningkatkan daya imunitas dan tenaga khususnya kepada mereka yang mengalami kekurangan kadar darah merah dan mengatasi kelesuan tubuh.

n. *Radix*

Sebagai antioksidan, anti virus, anti peradangan dan anti keracunan.

o. *Golden Gamat Caps*

Sangat bagus sekali dalam proses perbaikan dan generasi sel.

p. *Plantisol*

Berfungsi untuk menurunkan kadar glukosa dalam darah (*hipoglicemia*) serta bertindak untuk merangsang *insulin* oleh pancreas.

q. *Ardisia*

Untuk melancarkan buang air besar.

r. Herba Tujuh Angin

Dapat mengatasi berbagai masalah angin, melancarkan buang air besar, sehingga badan terasa ringan.⁶⁰

4. **Keunggulan Herba Penawar Al-Wahida (HPA)**⁶¹

- a. HPA memiliki visi dan misi yang luhur.
- b. HPA memiliki komitmen menghasilkan produk yang halal dan *tayyib* (bermutu).
- c. HPA dimiliki pengusaha muslim.
- d. HPA memiliki *marketing-plan* yang memenuhi prinsip keadilan/ ihsan jual beli sesuai syariah.
- e. HPA menjadikan seorang herbalis dan peniaga yang selalu *berakhlakul karimah* dan menjaga prinsip-prinsip syariah

D. Sistem *Multi Level Marketing* Syariah Herba Penawar Al-Wahida (HPA)

Sistem MLM atau yang disebut dengan istilah *Marketing-Plan* memiliki prinsip dasar yang adil dan berdasarkan kajian Fiqh Muamalah Islam yang dalam, sehingga tidak melanggar prinsip-prinsip Islam. *Marketing Plan* ini telah mendapatkan pengesahan dari Pusat Konsultasi Syariah Malaysia untuk digunakan sebagai aturan *Multi Level Marketing* Syariah (MLMS) di HPA International.⁶²

Adapun *Marketing Plan* HPA sebagai berikut:

1. Keagenan

Untuk menjadi agen di HPA, seseorang harus mendaftar melalui seorang sponsor yang kemudian bertindak sebagai *upline* agen tersebut.

⁶⁰ *Ibid.*

⁶¹ RBO *Radix Business Opportunity International*, hlm. 27.

⁶² RBO *Radix Business Opportunity International*, Januari 2018.

Untuk pendaftaran ini tidak dikenakan biaya ataupun gratis.⁶³ Tetapi seseorang berinvestasi sebesar Rp. 30.000, yang berlaku selamanya. Dengan investasi ini, agen baru tersebut dapat menggunakan sistem komputerisasi HPA Internasional, mendapat diskon harga produk, menjualnya dan mendapatkan bonus sesuai dengan pangkat dan aturan yang telah ditetapkan.

Dengan menjadi agen, maka ia mendapatkan kesempatan juga untuk mengikuti seminar ataupun pelatihan yang dilaksanakan oleh HPA.

2. Insentif Kenaikan Pangkat

Kepangkatan di HPA meliputi:⁶⁴

Tabel 4.1

Peringkat	Sebutan	Ketentuan Kenaikan Pangkat	Persentasi Bonus Pribadi
PB	Pengurus Biasa	Baru daftar/ <i>member</i> baru	10%-17%
PLX	Pengurus Melati	Hanya dengan Tutup Point 300.000 NM (Nilai Mata)	20%
PRX	Pengurus Meranti	Memiliki 3 PLX di level pertama	23%
PJX	Pengurus Jati	Memiliki 6 PLX di level pertama	26%
PL	Pengarah Melati	Memiliki 2 PRX dan \$ PLX di level pertama	29%
PR	Pengarah Meranti	Memiliki 4 PRX dan 2 PLX di level pertama	32%
PJ	Pengarah Jati	Memiliki 6 PRX di level pertama	35%

⁶³ Wawancara dengan Sailan Harahap sebagai pemilik Stockist HPA di Gang Melati 13 Komplek Sadabuan Kota Padangsidempuan, Rabu 02 Mei 2018.

⁶⁴ *Ibid.*

3. Keuntungan

a. Keuntungan Runcit

Keuntungan Runcit adalah keuntungan langsung yang didapatkan para agen pada waktu menjual produk HPA ke konsumen langsung. Keuntungan ini beragam dari 15% hingga 25% tergantung jenis produk yang dijual.

Sebagai contoh, seorang agen menjual 2 kotak radix Himalaya. Sesuai dengan ketentuan, agen tersebut membelinya seharga 2 x Rp. 60.000 = Rp. 120.000. Kemudian, agen tersebut menjual ke konsumen seharga 2 x Rp. 75.000 = Rp. 150.000. Keuntungan langsung/ runcit yang didapatkan agen tersebut adalah Rp. 150.000 – Rp. 120.000 = Rp. 30.000.

b. Bonus Pribadi

Bonus pribadi adalah bonus yang didapatkan agen dari presentasi NM/ PV (Nilai Mata/ Point Value)⁶⁵ produk yang dibeli dari stockis/ PSD/ Warehouse⁶⁶ HPA. Syarat untuk mendapatkan bonus pribadi ini adalah minimal berbelanja sebesar 100.000 NM/ PV tiap bulannya.

Sebagai contoh : Seorang agen membeli 3 kotak Radix IQ dan 4 kotak Radix Himalaya. (1 kotak Radix IQ memiliki 20.000 NM dan 1 kotak Radix Himalaya juga memiliki 20.000 NM). Sehingga total NM yang didapatkan di bulan tersebut adalah $(3 \times 20.000) + (4 \times 20.000) = 140.000 \text{ NM}$. Karena lebih besar 100.000 NM, maka agen tersebut berhak mendapatkan Bonus Pribadi.

Perhitungan bonus ini didasarkan kepada pangkat yang dimiliki agen tersebut. Jika saat ini dia memiliki Pangkat PLX, maka dia berhak mendapatkan Bonus Pribadi sebesar:

$$20\% \times 140.000 \text{ NM} = \text{Rp. } 28.000$$

Jika dia berpangkat PJ, maka perhitungannya adalah $35\% \times 140.000 \text{ NM} = \text{Rp. } 49.000$ ⁶⁷

⁶⁵ NM/ PV (Nilai Mata/ Point Value) adalah istilah yang digunakan untuk satuan nilai yang diberikan kepada setiap produk yang digunakan untuk menentukan peringkat atau posisi, dan jumlah/ besarnya bonus.

⁶⁶ Tingkat Distribusi berdasarkan Modal Minimum, Stockis Rp. 3-5 juta, PSD (Pusat Stockis Daerah) Rp. 30 Juta, Kantor Cabang (KC) Rp. 100 juta dan Warehouse Rp. 1 Milyar.

⁶⁷ Wawancara dengan Julistina sebagai *Upline* HPA dan pemilik KC (Kantor Cabang) HPA di Padangsidimpan, Rabu, 02 Mei 2018.

c. Bonus Kenaikan Pangkat

Bonus Kenaikan Pangkat adalah bonus yang didapatkan agen dari selisih persentasi bonus terhadap agen langsung di bawahnya. Sebagai contoh : Jika seorang agen berpangkat PJX (26%) dan memiliki 3 orang PLX (20%) dan 2 orang PB (10%), dan masing-masing agen di bawahnya memiliki 200NM, maka:

- 1) Total NM agen-agen di bawahnya adalah $5 \times 200.000 \text{ NM} = 1.000.000 \text{ NM}$
- 2) Dari 2 agen PB, bonusnya adalah $(26\% - 10\%) \times 400.000 \text{ NM} = \text{Rp. } 64.000$
- 3) Dari 3 agen PLX, bonusnya adalah $(26\% - 20\%) \times 600.000 \text{ NM} = \text{Rp. } 36.000$
- 4) Total Bonus Kenaikan Pangkat : $\text{Rp. } 64.000 + \text{Rp. } 36.000 = \text{Rp. } 100.000$

d. Bonus Stabilitas

Bonus Stabilitas adalah bonus yang dibagikan kepada seluruh agen yang minimal memiliki 200.000 NM dalam 3 bulan berturut-turut untuk peringkat PB dan PLX. Besarnya bonus ini adalah $5\% \times \text{Omset PV International}$ dibagi secara merata kepada agen-agen tersebut.⁶⁸

4. Tidak Adanya Komisi bagi *Upline* atau Agen yang Berhasil Merekrut

Anggota baru untuk Bergabung dalam Sistem Keagenan HPA

Praktik MLM di HPA ini diawali dengan merekrut seorang agen. sebelum merekrut calon agen seorang *upline* memberi gambaran umum tentang produk-produk apa saja yang akan dijual serta cara penghitungan bonus atau penjualan produk-produk HPA yang akan diterima oleh seorang agen HPA.

⁶⁸ *Ibid.*

Di HPA *upline* yang merekrut agen baru untuk dijadikan *downlinenya* tidak mendapat komisi apapun. Tujuan dari perekrutan hanya untuk memperluas jaringan kerjanya. Sehingga si *upline* tadi juga akan mendapat bonus penjualan yang banyak jika jaringannya luas. Sebab, banyak *downlinenya* yang meletakkan pembelanjaan produk-produk HPA ke *upline* tadi.

Dapat dikatakan bahwa kegiatan perekrutan agen baru yang dipraktikkan oleh HPA ini tidak ada unsur *money game*, di mana dalam *money game* bonus didapat dari perekrutan, bukan omzet penjualan produk. Sistem *money game* cenderung menggunakan skema piramida dan orang yang terakhir bergabung akan kesulitan mengembangkan bisnisnya. Dalam bisnis MLM, meskipun dimungkinkan telah memiliki banyak bawahan, tetapi tanpa omzet, tentu saja bonus tidak akan diperoleh.⁶⁹

5. Adanya Kebebasan dalam Pembelanjaan dan Penjualan Produk-Produk HPA

Kegiatan pemasaran produk-produk HPA yang ada di Stockis Gang Melati 13 Komplek Sadabuan Kota Padangsidempuan, kebanyakan *downlinenya* langsung membeli secara *offline*, yaitu langsung mendatangi tempat Stockis. Namun, ada juga yang memesannya terlebih dahulu melalui sms atau jejaring sosial kemudian Stockis mengirimkan produk HPA sesuai pesanan *downline* tadi.⁷⁰

Mengenai urutan sistem keagenan/ sistem toko HPA yang ada dari terendah ke yang tinggi adalah *downline*, Stockis (STK), Pusat Stockis Daerah (PSD), Kantor Cabang (KC), Warehouse. Dalam HPA menganut konsep kebebasan dalam pembelanjaan dan pemasarannya maka setiap agen bebas dalam mengaplikasikannya.

Mengenai sistem pemasaran, di HPA menggunakan sistem pemasaran berjenjang atau berjaring. Artinya sebelum produk-produk HPA sampai ke tangan konsumen pemakai, produk-produk tersebut telah melalui beberapa agen terlebih dahulu, Namun HPA juga tidak melarang seorang agennya meskipun pangkatnya tinggi untuk langsung melakukan penjualan produk-produk HPA ke konsumen pemakai. Karena HPA menerapkan konsep kebebasan baik dalam pembelanjaan maupun penjualan produk-

⁶⁹ *Ibid.*

⁷⁰ Wawancara dengan Sailan Harahap, *Op., Cit.*

produknya, baik belanja atau menjual ke agen dalam jaringannya ataupun bukan jaringannya.⁷¹

Namun yang pasti dalam hal ini pembelanjaan produk-produk HPA seorang agen harus belanja ke agen yang pangkatnya minimal satu tingkat di atasnya, dan tidak boleh belanja pada agen lain yang pangkatnya sama.

Pada intinya sistem penjualan produk HPA tidak jauh berbeda dengan sistem pemasaran produk-produk sejenis yang diperjualbelikan di toko-toko atau *supermarket*. Hanya saja pada HPA ada bonus belanja dan penjualan yang diberikan kepada para agennya. Selain itu, yang membedakan sistem MLM pada HPA dengan sistem MLM perusahaan lain adalah di HPA para agennya bebas melakukan pembelanjaan ataupun penjualan produk-produk HPA baik ke dalam satu jaringannya maupun jaringan HPA lainnya. Hal itu dikarenakan, HPA menghendaki setiap orang yang bergabung di perusahaannya bisa memiliki kesempatan yang sama untuk sukses.⁷²

6. Tidak ada Kewajiban Tutup Poin di HPA

Di HPA tidak ada kewajiban Tutup Poin karena belanja 1 poin pun tetap di input dan mendapatkan bonus sehingga tidak ada prestasi yang hilang sedikitpun. Tutup Poin disini adalah melakukan belanja pribadi tiap bulannya minimal sebanyak 300.000 NM.⁷³

Di HPA Tutup Poin sifatnya tidak wajib karena belanja 1 poin pun tetap dihitung dan mendapatkan bonus sehingga tidak ada prestasi yang hilang sedikitpun. Tutup Poin berlaku bagi agen yang ingin mendapat bonus/ komisi tambahan dari perusahaan. Meskipun tidak Tutup Poin, poin agen yang terkumpul dari hasil belanja dan penjualan tidak akan hangus dan tetap dapat diambil. Hal ini HPA menerapkan prinsip pemerataan kesempatan.

HPA juga menerapkan sikap jujur dalam berbisnis. Itu dibuktikan dari tidak hangusnya poin para agennya sampai Tutup Poin tetap ada dan bisa diambil. Sebab, jika hangus berarti perusahaan memakan harta agennya secara *bathil* dan tidak jujur dalam berbisnis.

⁷¹ *Ibid.*

⁷² Wawancara dengan Ayuli Fika Lestari sebagai *downline* HPA, Jumat 04 Mei 2018.

⁷³ *Ibid.*

Jika diamati maka bonus atau komisi yang diberikan oleh perusahaan HPA kepada agennya baik yang melakukan pembelian atau penjualan didasarkan pada prestasi kerja nyata yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan. Itu artinya komisi/ bonus yang diberikan oleh perusahaan adil karena disesuaikan dengan proporsinya atas usaha seorang agen.

7. Adanya Target Penjualan di HPA

Target penjualan adalah jumlah minimal penjualan produk-produk HPA yang harus dijual oleh seorang agen baik ke sesama agen ataupun ke konsumen pemakai. Target penjualan ini sebagai tolak ukur keberhasilan seorang agen dan juga untuk mengukur loyalitas seorang agen terhadap perusahaan.

Adanya target penjualan ini menurut peneliti dimaksudkan sebagai bentuk motivasi bagi para agen HPA untuk lebih giat dalam memasarkan produk-produk HPA.

8. Adanya Perbedaan Harga Agen dengan Harga Konsumen

Dalam memasarkan produk-produknya, HPA memberlakukan dua macam harga yaitu harga agen dan harga konsumen. Harga agen berlaku atas kegiatan belanja atau penjualan produk HPA yang dilakukan oleh semua sesama agen HPA sendiri. Sedangkan untuk harga konsumen diberlakukan bagi agen yang melakukan penjualan produk HPA ke konsumen pemakai.

Hukum Islam membicarakan banyak masalah teknik jual beli secara terperinci. *Tawliyah* (menjual kembali harga asal yang ditentukan), *wadi'ah* (menjual kembali dengan penurunan harga), *murabahah* (menjual kembali dengan tambahan yang pasti menguntungkan).

Mengenai perbedaan harga yang berlaku di HPA merupakan salah satu aturan yang dibuat oleh layaknya perusahaan dalam mencari keuntungan berbisnis. HPA sendiri tentunya mempunyai alasan tersendiri mengapa menerapkan dua harga yang berlaku bagi para agen dan konsumen.

Mengenai aturan-aturan yang ditetapkan oleh HPA dalam hal penetapan harga, hal itu tidak merusak akad *ju'alah* yang dipraktikkan oleh HPA. Alasannya, aturan merupakan syarat dari keanggotaan MLM. Sementara syarat dalam *mu'amalah* ada tiga macam. Pertama, syarat yang

memang dikehendaki oleh akad, seperti mengembalikan barang jika terdapat aib di dalamnya. Kedua, syarat yang tidak ada kaitannya dengan akad, tetapi di dalamnya mengandung masalah. Ketiga, syarat yang bisa merusak akad, yaitu tidak berkaitan sama sekali dengan akad dan tidak mengandung masalah.

E. *Multi Level Marketing* HPA Menurut Fatwa MUI No

:75/DSN/MUI/VII/2009 di Stockis Gang Melati Komplek Sadabuan Kota

Padangsidimpuan

Saat ini banyak perusahaan yang menggunakan sistem MLM dalam berniaga. Ada yang secara terang-terangan menyebutkan bahwa usahanya termasuk MLM syariah namun ada juga yang tidak menyebutkan secara jelas. Salah satu perusahaan yang dalam sistem kerjanya menggunakan MLM adalah Herba Penawar Alwahida (HPA) yang saat ini telah memiliki banyak jaringan yang tersebar di berbagai wilayah di Indonesia, salah satunya berada di Padangsidimpuan.

Bisnis MLM juga dikenal dengan sebutan bisnis penjualan berjenjang yang artinya memasarkan suatu produk melalui para agen-agen khusus yang terlibat dalam suatu jaringan kerja. Praktik bisnis dengan sistem MLM ini banyak sekali peminatnya. Namun di sisi lain banyak dari kalangan akademisi yang memandang remeh MLM dan meragukan kehalalannya. Padahal, di Indonesia saat ini setidaknya terdapat jutaan penduduk yang terlibat aktif dalam industri MLM. Karena syariah Islam harus menjawab semua permasalahan ummatnya, maka kajian tentang hal ini menjadi penting.

DSN-MUI telah menerbitkan fatwa No :75/DSN-MUI/VII/2009 tentang PLBS (Penjualan Langsung Berjenjang Syariah), namun regulasi yang berbentuk UU atau peraturan lain tentang MLM syariah secara khusus memang belum ada.

Dalam fatwa tersebut, DSN-MUI menyebutkan ada 12 persyaratan yang harus dipenuhi oleh sebuah perusahaan MLM untuk bisa dikategorikan sesuai dengan syariah dan berhak mendapatkan Sertifikasi Bisnis Syariah. Adapun ke 12 ketentuan/ persyaratan tersebut adalah sebagai berikut ini:

1. Adanya obyek transaksi riil yang diperjualbelikan berupa barang atau produk jasa

Syarat pertama ini merupakan rukun akad yang harus dipenuhi oleh semua akad, seperti akad *bai'* atau jual beli. Di HPA sudah barang tentu memenuhi ketentuan yang pertama ini. Sebab, di HPA produk-produk yang diperjualbelikan jelas, seperti produk keseharian (sabun dan pasta gigi herbal), produk kecantikan (Teh *Asiatikca Plus*), produk nutrisi (*Sprimadu Kids*, Minyak zaitun), dan produk terapi/ pengobatan (Minyak But-but dan lain-lain).

- Ketentuan hukum yang pertama ini bisa menjadi tolak ukur bagi masyarakat yang paling mudah, apabila ada perusahaan yang mengklaim sebagai industri MLM namun perusahaan itu tidak menjual produk barang maupun jasa, maka jelas ini tidak memenuhi prinsip syariah, kemungkinannya perusahaan itu adalah sebuah *money game* atau perjudian.
2. Barang atau produk yang diperdagangkan bukan sesuatu yang diharamkan dan atau yang diperbolehkan untuk sesuatu yang haram

Berdasarkan beberapa dalil yang dimuat dalam fatwa DSN tersebut, utamanya ada 2 hadis riwayat Bukhari-Muslim yang melarang jual beli anjing, khamar, bangkai, babi, patung, jasa paranormal dan pelacuran, maka fatwa tersebut mengharamkan MLM yang menjual produk yang haram atau yang sengaja diperuntukkan sesuatu yang haram.

Dalam implementasinya, MUI mempunyai bagian yang disebut dengan LP POM MUI untuk memberikan sertifikasi Halal pada produk barang yang dijual oleh semua perusahaan di Indonesia, baik yang dijual oleh industri MLM maupun non MLM.

Pada HPA sendiri produk-produk yang dijual sudah tersertifikasi halal dari MUI sehingga layak untuk diperdagangkan ke masyarakat. sebagai contoh:

-	Minyak Burung But-but
Kode	Produk: OMB2
	(45/28/10)
	Halal MUI: 1516010910414
	BPOM: TR 165 691501

Masyarakat perlu mengetahui bahwasanya ada Sertifikasi Halal dan ada labelisasi Halal. Sertifikasi diberikan kepada produk tertentu dan

tidak dicantumkan pada setiap kemasan produk, sedangkan labelisasi halal dicantumkan pada setiap produk yang dijual kepada konsumen.

3. Transaksi dalam perdagangan tidak mengandung unsur *gharar*, *maysir*, *riba*, *dharar*, *dzulm* dan maksiat

Dalam poin ketiga fatwa ini menjelaskan adanya 6 poin yang terlarang dalam setiap industri MLM, yaitu:

- a. Larangan *gharar* yaitu penjualan sesuatu yang tidak terang rupa dan sifatnya. Ketidakjelasan mungkin terjadi pada harganya, jenis atau spesifikasi barang yang diperjualbelikan. Di HPA sendiri untuk masalah harga sudah jelas baik harga agen maupun harga konsumen.
- b. Larangan *maysir* adalah segala bentuk transaksi yang mengandung unsur untung-untungan, taruhan, yang ketika akad itu terjadi hasil yang akan diperolehnya belum jelas, dalam transaksi tersebut akan ada sebagian pihak yang diuntungkan dan sebagian pihak yang dirugikan. *Maysir* juga berarti sesuatu yang mengandung unsur judi. Pada HPA masalah untung atau bonus/ komisi yang akan diterima oleh seorang agen, baik dalam hal belanja atau menjual produk sudah jelas, baik itu berupa penjelasan langsung dari *upline* saat melakukan pembinaan atau penjelasan dalam buku pedoman keagenan.
- c. Larangan unsur *riba*, dalam MLM seringkali ditemui praktik transaksi yang mengandung unsur *riba* terutama *riba fadh*l dan *riba nasi'ah* yang juga mengarah kepada kegiatan *Money Game*. *Riba fadh*l yaitu pertukaran antar barang sejenis dengan kadar atau takaran yang berbeda,

sedangkan barang yang dipertukarkan itu termasuk dalam jenis barang ribawi. Sedangkan riba *nasi'ah* adalah penangguhan atau penerimaan jenis barang ribawi yang dipertukarkan dengan jenis barang ribawi lainnya. Riba *nasi'ah* muncul karena adanya perbedaan, perubahan, tambahan antara yang diserahkan saat ini dan yang diserahkan kemudian.⁷⁴ Uang sendiri termasuk barang ribawi. Jika di HPA juga menerapkan sistem *Money Game*, maka saat agen merekrut *downline* baru tentunya mendapat komisi atas perekrutan tadi. Semakin banyak yang direkrut maka semakin banyak pula komisi yang diterimanya. Dalam praktiknya, di HPA saat ada agen yang merekrut *downline* baru biaya registrasinya hanya sebatas untuk fasilitas *dowline* tadi seperti untuk biaya kartu anggota dan buku pedoman. Sementara agen yang merekrut *downline* baru tidak mendapat komisi sama sekali. Komisi/ bonus di HPA hanya ada pada aktivitas belanja dan penjualan produk saja, sehingga kegiatan bisnis di HPA ini juga terhindar dari masalah riba yang berujung pada kegiatan *Money Game*.

- d. Larangan unsur *dharar* mengacu pada kaidah fiqh “*Tidak boleh membahayakan diri atau orang lain*”. Dalam HPA bisnis yang dijalankan sama sekali tidak menimbulkan unsur bahaya, baik itu produk yang dijual maupun cara kerja para agennya. Karena setiap Agen dibekali dengan buku peraturan keagenan sebagai pedoman dalam

⁷⁴ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010) hlm. 62.

berniaga, sehingga anggapan memakan harta secara *bathil* atau penipuan tidak ada.

- e. Larangan *dzulm* yaitu berlaku sewenang-wenang dan tidak adil. HPA melarang para agennya berlaku semaunya dalam berniaga. Setiap agen diharuskan mematuhi kode etik yang ditetapkan oleh perusahaan.
 - f. Larangan maksiat yaitu tentu saja bergabung dengan HPA bukan merupakan perbuatan maksiat. Karena baik produk yang diperjualbelikan atau cara berbisnisnya didasarkan kepada ketentuan-ketentuan Islam.
4. Tidak ada kenaikan harga/ biaya yang berlebihan (*excessive mark-up*), sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan harga kualitas/ manfaat yang diperoleh

HPA memberlakukan dua macam harga, yaitu harga agen dan harga konsumen. Harga agen sifatnya tetap dalam artian belanja atau dijual kemanapun asalkan itu ke sesama agen HPA harganya tetap. Sedangkan kalau harga konsumen untuk HPA sendiri rata-rata selisih dengan harga agen yang sekitar 15% - 25%. Hal ini berdasarkan survey yang dilakukan oleh peneliti.

- 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

Salah satu kelebihan dari sistem bonus di HPA adalah mengadopsi keadilan. Artinya siapa yang bekerja dan memiliki prestasi yang lebih baik,

maka dialah yang memperoleh penghargaan bonus yang lebih tinggi dari perusahaan.

6. Bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota harus jelas jumlahnya ketika dilakukan transaksi (akad) sesuai dengan target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan oleh perusahaan

Contoh perhitungan:⁷⁵

- Status keagenan Stockis/ pangkat PLX maka persen kepangkatan adalah 20%
- Dalam satu bulan mampu Tutup Poin 300 NM
- 1 poin = Rp. 1.000,
- Perhitungan Bonus Pribadi :

$$20\% \times 300 \times \text{Rp. } 1000 = \text{Rp. } 60.000$$

Dapat dikatakan bahwa bonus senilai Rp. 60.000 didapatkan oleh seorang agen yang mampu mengumpulkan sejumlah 500 poin. Tentunya perhitungan semacam itu juga dipengaruhi oleh pangkat dari seorang agen sendiri. Dimana persen (%) pangkat juga menentukan jumlah bonus yang diterimanya.

7. Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara regular tanpa melakukan penjualan barang atau jasa

MLM yang tidak menerapkan *system passive income* di dalamnya, biasanya selalu ada kewajiban tutup poin, yakni kewajiban menjual produk bagi setiap agen dalam jumlah tertentu setiap bulannya. Hanya saja bagi masyarakat awam, kewajiban tutup poin ini justru menjadi hal yang dianggap tidak menarik bagi perusahaan MLM itu, tetapi ini merupakan persyaratan yang harus dipenuhi oleh MLM syariah. Menurut peneliti, logikanya adalah jika setiap agen tidak ingin menjual produk, atau agen bisa mendapatkan bonus tanpa harus menjual, dari mana perusahaan akan mendapatkan keuntungan dan membagikan bonus kepada agen? Dengan

⁷⁵ RBO *Radix Business Opportunity*, hlm. 24.

kata lain MLM syariah biasanya selalu ada kewajiban Tutup Poin atau kewajiban melakukan pembinaan agar tidak terjadi *passive income*.

Di HPA memang tidak ada kewajiban Tutup Poin karena belanja 1 poin pun tetap dilipat dan mendapatkan bonus sehingga tidak ada prestasi yang hilang sedikitpun. Di HPA mengenal target penjualan sebagai tolak ukur keberhasilan agen dan groupnya.

8. Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan *Ighra*,⁷⁶

Bonus di HPA diartikan sebagai *reward* pembagian keuntungan yang diberikan kepada agen HPA dengan cara pembelian pribadi atau target penjualan produk dalam satu bulan berdasarkan akad *Syariah al-Ju'alah* (akad bonus bersyarat). Bonus yang diberikan oleh HPA kepada para agennya sifatnya bersyarat yang artinya hanya didasarkan pada prestasi kerja nyata yang dilakukan oleh seorang agen. Sementara untuk mendapatkan bonus tersebut setiap agen tidak boleh melanggar ketentuan-ketentuan yang ditetapkan oleh perusahaan.

9. Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dan anggota kedua

Mengukur ada atau tidak adanya eksploitasi dalam pembagian bonus MLM merupakan hal yang tidak mudah, tetapi untuk bisa dipahami secara mudah, khususnya bagi orang yang pada umumnya belum melirik kepada industri MLM, secara umum ada atau tidaknya eksploitasi dapat diketahui dari *marketing-plannya*. Sebagai salah satu tolak ukurnya adalah jika *marketing plannya* memberikan peluang kepada setiap anggota yang mendaftar lebih dulu pasti mendapatkan bonus yang lebih besar, maka ini adalah salah satu bentuk eksploitasi yang dilarang, kemungkinan besarnya MLM tersebut tidak dapat memenuhi fatwa ini, sehingga belum dapat dikategorikan sebagai MLM syariah.

HPA dikembangkan dengan *System Halal Network* berbasis syariah. Jenjang bonus dan pangkat diatur secara jelas. Setiap agen

⁷⁶ *Ighra* adalah daya tarik luar biasa yang menyebabkan orang lalai terhadap kewajibannya demi melakukan hal-hal atau transaksi dalam rangka memperoleh bonus atau komisi yang dijanjikan. Fatwa DSN MUI No :75/DSN-MUI/VII/2009.

mempunyai kesempatan untuk berkembang yang sama. Tidak ada istilah yang daftar awal pasti lebih untung dari pada yang daftar terakhir.⁷⁷

10. Sistem perekrutan keanggotaan, bentuk penghargaan dan acara seremonial yang dilakukan tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan aqidah, syariah, dan akhlak mulia, seperti syirik, kultus, maksiat dan lain-lain

Kebanyakan MLM sering mengadakan berbagai pertemuan/ *event* mulai dari presentasi peluang usaha, pemberian penghargaan, *training* dan pembinaan anggota, *touring* sebagai insentif dan lain-lain.

HPA sendiri sering mengadakan acara yang diisi dengan kegiatan seperti penggalangan dana sosial untuk Palestina dan pembagian *reward* untuk puluhan agen HPA yang berprestasi. Juga pembagian *doorprize* yang keren-keren. Mulai dari kaos, tas, ponsel, sepeda motor, emas.⁷⁸ Untuk pembagian *doorprize* nya sendiri berdasarkan pada undian kupon. Di mana kupon itu bisa didapatkan secara gratis oleh setiap agen.

Jadi dapat dinyatakan bawa acara seremonial HPA tersebut tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan aqidah, syariah dan akhlak mulia seperti syirik, kultus dan maksiat. Namun acaranya mengarah kepada sosial dan wujud ungkapan terima kasih perusahaan kepada agennya yang berprestasi.

11. Setiap mitra usaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya tersebut

Beruntung seorang agen yang menjadi *downline* di HPA. Karena sistem mengharuskan *upline* membina dan mensukseskan mitra di bawahnya. Tidak akan pernah sukses seorang *leader* tanpa mitra di bawahnya juga sukses.

Untuk stockis Gang Melati 13 Komplek Sadabuan Kota Padangsidempuan sendiri, bentuk pembinaannya berupa *home sharing*

⁷⁷ Wawancara dengan Hotnida sebagai *downline* HPA, Jumat 04 Mei 2018.

⁷⁸ Wawancara dengan Susi Susanti sebagai *downline* HPA, Jumat 04 Mei 2018.

yaitu berkaitan tentang bagaimana strategi pemasaran produk yang benar dan cepat mendapat penghasilan, cara membuka agen, pengetahuan tentang produk-produk HPA serta tata cara terapi ala *Thibunnabawi*.⁷⁹

12. Tidak melakukan kegiatan *Money Game*

HPA dalam praktik bisnisnya terutama saat merekrut anggota baru, tidak ada komisi yang masuk ke kantong *upline*. Biaya registrasi hanya sebagai alat tukar bagi *downline* untuk memperoleh fasilitas di HPA seperti kartu anggota, buku panduan, maupun katalog. Selain itu produk yang diperjualbelikan di HPA juga jelas, dapat dipindah tangankan serta layak untuk diperjualbelikan karena telah mendapat sertifikasi halal MUI dan izin dari Dinas Kesehatan RI. Jadi dalam mempraktikkan bisnisnya, HPA bebas dari unsur *money game*.

F. Analisis Herba Penawar Al-Wahida (HPA) Dalam Perspektif Fatwa MUI

No. :75/DSN-MUI/VII/2009

Setelah mengetahui sistem yang ada di HPA, sebagaimana yang dipraktikkan oleh para pelaku bisnis tersebut, maka dapat diketahui bagaimana kedudukan hukum bisnis tersebut. HPA sebagai salah satu bentuk muamalah di Indonesia, dalam pelaksanaannya harus berpedoman kepada sejumlah aturan hukum yang berlaku di Indonesia baik itu Undang-undang, maupun Fatwa MUI. Dalam menjalankan bisnisnya, HPA melakukan penjualan produk berupa makanan, minuman, kosmetik dan produk lainnya.

Dalam Fatwa MUI No. :75/DSN-MUI/VII/2009 pada ketentuan yang pertama, dinyatakan bahwa “Adanya obyek transaksi riil yang diperjualbelikan berupa barang atau produk jasa”. Maka dalam hal ini, HPA telah memenuhi syarat dalam ketentuan tersebut yaitu barangnya berupa makanan, minuman, kosmetik dan lain-lain.

Dilihat dari ketentuan hukum atau fatwa yang dikeluarkan MUI No. :75/DSN-MUI/VII/2009 pada ketentuan hukum kedua, dinyatakan bahwa “Barang atau produk jasa yang dipergunakan bukan sesuatu yang diharamkan dan atau yang dipergunakan untuk sesuatu yang haram”. Dari hal tersebut HPA menyediakan barang berupa makanan, minuman,

⁷⁹ Wawancara dengan Sailan Harahap sebagai Pemilik Stockis HPA Gang Melati 13 Komplek Sadabuan Kota Padangsidempuan, Jumat 04 Mei 2018.

kosmetik dan lain-lain. Barang HPA tersebut sangat berguna untuk pengobatan dan produk tersebut terdapat label halal. Maka hal tersebut sesuai dengan fatwa MUI pada ketentuan hukum yang berlaku.

Pada ketentuan hukum poin ketiga menyatakan bahwa “Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur *gharar* (penipuan), *maysir* (perjudian), *riba* (sistem bunga), *dharar* (bahaya), *dzulm* (merugikan hak orang lain), maksiat”. Dalam bisnis HPA ini, menurut peneliti dari hasil penelitian yang dilakukan dalam bisnis HPA tidak ditemukan unsur-unsur tersebut. Maka hal tersebut telah sesuai dengan fatwa MUI pada ketentuan hukum ketiga.

Dalam fatwa MUI No. :75/DSN-MUI/VII/2009 pada ketentuan hukum poin keempat menyatakan bahwa “Tidak ada kenaikan harga atau biaya yang berlebihan (*excessive mark-up*), sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas atau manfaat yang diperoleh”. Dilihat dari ketentuan tersebut, seseorang yang ingin bergabung dengan HPA tidak dikenakan biaya ataupun gratis. Tetapi seseorang berinvestasi sebesar Rp. 30.000, yang berlaku selamanya. Dengan investasi ini, seseorang baru tersebut dapat menggunakan sistem komputerisasi HPA Internasional, mendapat diskon harga produk, menjualnya dan mendapatkan bonus sesuai dengan pangkat dan aturan yang telah ditetapkan.

Dengan menjadi agen, maka ia mendapatkan kesempatan juga untuk mengikuti seminar ataupun pelatihan yang dilaksanakan oleh HPA. Oleh karena itu telah sesuai dengan fatwa MUI pada ketentuan hukum poin keempat.

Fatwa MUI No. :75/DSN-MUI/VII/2009 pada ketentuan hukum poin kelima menyatakan bahwa “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 ini HPA memberikan komisi atau bonus berdasarkan prestasi kerja bukan berdasarkan jumlah *downline*. Dengan demikian, hal tersebut telah sesuai dengan fatwa MUI pada ketentuan hukum yang kelima.

Fatwa MUI No. :75/DSN-MUI/VII/2009 pada ketentuan hukum poin keenam menyatakan bahwa “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”. Dari segi pembagian bonus yang diberikan oleh HPA kepada anggotanya, HPA sudah mempunyai ketentuan. Semisal ketika seorang anggota HPA dapat melakukan penjualan barang berupa minuman maka orang yang menjualkan barang tersebut mendapatkan keuntungan sebesar Rp. 1000.000. Dapat diambil kesimpulan bahwa ketentuan hukum MUI pada poin keenam ini, sesuai dengan yang dipraktikkan dalam HPA.

Fatwa MUI No. :75/DSN-MUI/VII/2009 pada ketentuan hukum poin ketujuh menyatakan bahwa “Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara regular tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa”. Dari keterangan pelaku bisnis HPA, Hotnida menyatakan “ketika *Upline, downline* atau konsumen tidak melakukan transaksi apapun baik dalam pembelian produk untuk dikonsumsi pribadi maupun penjualan produk ke konsumen maka tidak akan mendapatkan komisi atau bonus dari perusahaan, karena di HPA pemberian komisi atau bonus itu berdasarkan prestasi kerja nyata”. Maka dari hal tersebut sistem bisnis yang ada dalam HPA sesuai dengan fatwa MUI pada ketentuan yang ketujuh.

Fatwa MUI No. :75/DSN-MUI/VII/2009 pada ketentuan hukum poin kedelapan menyatakan bahwa “Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan *ighra*’”. Dalam fatwa MUI *ighra*’ diartikan daya tarik luar biasa yang menyebabkan orang lalai terhadap kewajibannya demi melakukan hal-hal atau transaksi dalam rangka memperoleh bonus atau komisi yang dijanjikan. Menurut peneliti, dari hasil penelitian yang dilakukan, meskipun dalam HPA terdapat bonus atau komisi yang diberikan oleh perusahaan kepada anggotanya besar, tetapi peneliti sangat yakin bahwa bisnis tersebut bukanlah bisnis MLM yang sembarangan dan bisnis HPA ini sangat menguntungkan. Dengan demikian hal tersebut sesuai dengan fatwa MUI pada ketentuan hukum poin kedelapan.

Fatwa MUI No. :75/DSN-MUI/VII/2009 pada ketentuan hukum poin kesembilan menyatakan bahwa “Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dengan anggota berikutnya”. Dari hasil penelitian yang dilakukan, anggota HPA mengatakan bahwa orang yang di atasnya mendapatkan bonus dari hasil yang dilakukan orang di bawahnya dalam tahap yang wajar, tidak sampai

dengan eksploitasi. Maka hal ini sesuai dengan ketentuan hukum pada poin yang kesembilan.

Fatwa MUI No. :75/DSN-MUI/VII/2009 pada ketentuan hukum poin kesepuluh menyatakan bahwa “Sistem perekrutan keanggotaan, bentuk penghargaan dan acara seremonial yang dilakukan tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan aqidah, syariah, dan akhlak mulia, seperti syrik, kultus, maksiat dan lain-lain”. Dalam perekrutan keanggotaan HPA, seseorang akan dijelaskan terlebih dahulu tentang HPA dan produk-produk yang ditawarkan. Ketika seseorang tidak berminat untuk mengikuti bisnis tersebut maka tidak ada paksaan untuk bergabung dengan HPA. Dengan demikian hal tersebut sesuai dengan fatwa MUI pada ketentuan hukum yang kesepuluh.

Fatwa MUI No. :75/DSN-MUI/VII/2009 pada ketentuan hukum poin kesebelas menyatakan bahwa “Setiap mitra usaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya tersebut”. Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan, terdapat anggota HPA yang melakukan pembinaan terhadap anggotanya yang ada di bawahnya agar sukses dalam melakukan bisnis ini, disebut dengan istilah *home sharing*. Maka hal tersebut sesuai dengan Fatwa MUI pada ketentuan hukum yang kesebelas.

Fatwa MUI No. :75/DSN-MUI/VII/2009 pada ketentuan hukum poin duabelas menyatakan bahwa “Tidak melakukan kegiatan *money game*”. Dalam Fatwa MUI *money game* adalah kegiatan penghimpunan dana masyarakat atau penggandaan uang dengan praktik memberikan komisi dan bonus dari hasil perekrutan atau pendaftaran mitra usaha yang baru atau 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 atau kualitas yang dapat dipertanggungjawabkan.

Dari fatwa dan pengertian tentang *money game* tersebut, dapat dipahami bahwa HPA tidak memberikan bonus atau komisi dari hasil perekrutan anggotanya. Dapat diambil kesimpulan bahwa hal tersebut sesuai dengan fatwa MUI pada ketentuan yang duabelas.

Dari ketentuan-ketentuan yang terdapat dalam Fatwa MUI menurut peneliti, pelaksanaan *Multi Level Marketing* Herba Penawar Al-Wahida (HPA) di Stockis Gang Melati 13 Komplek Sadabuan Kota Padangsidimpuan dibolehkan karena tidak ada unsur *gharar*, *maysir*, *riba*,

dzulm dan maksiat. Selain itu produknya halal sebab terbuat dari tumbuh-tumbuhan alami, etika dalam penjualan tidak ada kebohongan, sehingga sesuai dengan Fatwa MUI No :75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).

BAB V

PENUTUPAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti, dapat disimpulkan bahwa:

1. *Multi Level Marketing* adalah sistem penjualan yang mengandalkan penjualan langsung (*Direct selling*) melalui jaringan distributornya yang berbentuk secara berantai, di mana setiap distributor yang merekrut dan direkrut selalu ada kaitan perhitungan komisi dan bonus.
2. Sistem *Multi Level Marketing* syariah Herba Penawar Al-wahida (HPA) yaitu sistem yang memakai pemberian bonus secara berjenjang dan dalam transaksinya menggunakan akad *ju'alah* (bonus bersyarat). Yaitu menjanjikan imbalan tertentu kepada agennya atas prestasi kerja nyatanya.
3. Pelaksanaan *Multi Level Marketing* Herba Penawar Al-Wahida (HPA) di Stockis Gang Melati 13 Komplek Sadabuan Kota Padangsidimpuan dibolehkan karena tidak ada unsur *gharar*, *maysir*, *riba*, *dzulm* dan *maksiat*. Selain itu produknya halal sebab terbuat dari tumbuh-tumbuhan alami, etika dalam penjualan tidak ada kebohongan, sehingga sesuai dengan Fatwa MUI No :75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).

B. Saran-saran

1. Kepada pelaku muamalah hendaknya bertransaksi sesuai dengan syariat Islam.
2. Kepada pemerintah yang berwenang memberikan penyuluhan kepada masyarakat tentang bermualah khususnya *Multi Level Marketing* syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustino. 2002. *Prospek MLM Syari'ah di Indonesia*. Jakarta_.
- Ahmad Mardalis & Nur Hasanah. 2006. *Multi Level Marketing (MLM) Perspektif Ekonomi Islam* dalam Falah Jurnal Ekonomi Syariah Vol. 1, No. 1 Februari.
- Alma Buchari. 2003. *Dasar-dasar Etika Bisnis Islami*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Arikuntoro Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bungin Burhan. 2001. *Metodologi Penelitian Sosial, Format-format Kuantitatif dan Kualitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Castrawijaya Cecep. 2013. *Etika Bisnis MLM Syariah*. Tangerang Selatan: LPSI.
- D. Purnomo Serfianto. 2011. *Multi Level Marketing Money Game dan Skema Piramida*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Dewi Gemala, dkk. 2005. *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*. Jakarta: Kencana Persada Media Group.
- Hadi Sutrisno. 2002. *Metodologi Research Jilid I*. Yogyakarta: Yayasan Penerbit Psikologi UGN.
- Hafidz Abdurrahman dan Yahya Abdurrahman. 2015. *Bisnis & Muamalah Kontemporer*. Bogor: Al-Azhar Freshzone.
- Harefa Andreas. 1999. *10 Kiat Sukses Distributor MLM*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Himpunan Fatwa Majelis Ulama Indonesia Sejak 1975*. 2011. Jakarta: Erlangga.
- Ibrahim Jabbar. 2009. *MLM Bikin Saya Kaya Raya*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- J. Maleong Lexy. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- K Lubis Suhrawardi. 2004. *Hukum Ekonomi Islam*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Kreator Kaskus. *5 Perusahaan MLM Terbesar yang Masih Tetap Eksis di Indonesia*. Diakses dari <http://m.kaskus.co.id>, pada Kamis 03 Mei 2018.

- Kuswara. 2005. *Mengenal MLM Syariah*. Tangerang: Amal Actual.
- Mardalis. 1999. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Muhammad. 2007. *Aspek Hukum Dalam Muamalat*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Pabundu Tika Moh. 2006. *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Peraturan Presiden Nomor 151 Tahun 2014 Tentang Bantuan Pendanaan Kegiatan Majelis Ulama Indonesia.
- RBO *Radix Business Oportunity International*.
- Rustiawan. *Daftar List MLM Syariah*. Diakses dari <http://www.hpa-network.com>, pada Kamis 03 Mei 2018.
- Sehat Griya. *Rumah sehat Herba Penawar Al-Wahida*. Diakses dari <http://griyasehat91.blogspot.co.id> Pada Rabu, 02 Mei 2018.
- Sumarsono Sonny. 2010. *Kewirausahaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Starterkit PT. Alwahid Marketing International, *Profil Perusahaan*.
- Syamhudi Kholid. 2010. *Siapa Bilang MLM Haram?!*. Bogor: Pustaka darul Ilmi.
- Tarmizi Erwandi. 2016. *Harta Haram Muamalat Kontemporer*. Bogor: PT Berkat Mulia Insani.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi III. Jakarta: Balai Pustaka.
- Tyas Kuncoro Anis. 2009. *Konsep Bisnis Multi Level Marketing Dalam Perspektif Ekonomi Syariah*. Jakarta: Sultan Agung.
- Umar Husain. 2009. *Metodologi untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Wahyudi Firman. 2014. *Multi Level Marketing Dalam Kajian Fiqh Muamalah* dalam Al-Banjari Vol. 13, No. 2, Juli-Desember.
- Yahya Muchtar. 1997. *Dasar-dasar Pembinaan Hukum Fiqh Islam*. Bandung: PT. Alma'arif.
- Yosup Boni Supriyadi. 2017. *Apa Salah MLM*. Jakarta: Pustaka al-Kautsar.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. DATA PRIBADI

Nama : Nelli Amelia Ritonga
NIM. : 1410200099
Tempat/Tanggal Lahir : Sitaratoit, 16 September 1995
Alamat : Sitaratoit, Kec. Angkola Barat, Kab. Tapanuli Selatan

Nama Orang Tua

Ayah : Pambangunan Ritonga
Ibu : Rita Hannum Rambe
Alamat : Sitaratoit, Kec. Angkola Barat, Kab. Tapanuli Selatan

B. PENDIDIKAN

1. SD N. Sitaratoit, Tamat Tahun 2008
2. YPI SMPS Nurul Ilmi Padangsidimpuan, Tamat Tahun 2011
3. YPI SMAS Nurul Ilmi Padangsidimpuan, Tamat Tahun 2014
4. Masuk IAIN Padangsidimpuan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Tahun 2014

Penulis

Nelli Amelia Ritonga
NIM. 14 102 000 99

BAB II

KAJIAN TEORI

A. *Multi Level Marketing Konvensional*

1. *Pengertian Multi Level Marketing*

Secara etimologi *Multi Level Marketing* berasal dari bahasa Inggris, *Multi* berarti banyak sedangkan *Level* berarti berjenjang atau tingkat. Adapun *Marketing* berarti penjualan. Jadi dari kata tersebut dapat dipahami bahwa *Multi Level Marketing* adalah penjualan yang berjenjang banyak.¹

MLM adalah sebuah sistem penjualan langsung, di mana barang dipasarkan oleh para konsumen langsung dari produsen. Para konsumen yang sekaligus memasarkan barang mendapatkan imbalan bonus. Bonus tersebut diambil dari keuntungan setiap pembeli yang dikenakan oleh pembeli berdasarkan ketentuan yang diatur.²

MLM adalah sistem penjualan yang mengandalkan penjualan langsung (*Direct selling*) melalui jaringan distributornya yang berbentuk secara berantai, di mana setiap distributor yang merekrut dan direkrut selalu ada kaitan perhitungan komisi dan bonus.³ *Direct Selling* (Penjualan Langsung) adalah metode penjualan barang dan/ atau jasa tertentu kepada

¹ Gemala Dewi, dkk, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia* (Jakarta: Kencana Persada Media Group, 2005) hlm. 193.

² Erwandi Tarmizi, *Harta Haram Muamalat Kontemporer* (Bogor: PT Berkat Mulia Insani, 2016) hlm. 345.

³ Sonny Sumarsono, *Kewirausahaan* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010) hlm. 105.

konsumen dengan cara tatap muka di luar lokasi eceran tetap oleh jaringan penjualan yang dikembangkan oleh mitra usaha dan bekerja berdasarkan komisi penjualan, bonus penjualan dan iuran keanggotaan yang wajar.

Dalam kata lain MLM dapat dikatakan sebagai penjualan yang dilakukan melalui banyak *level* atau tingkatan, yang biasanya dikenal dengan istilah *upline* (tingkat atas) dan *downline* (tingkat bawah). *Upline* (promotor) adalah anggota yang sudah menjadi anggota terlebih dahulu, sedangkan bawahan (*downline*) adalah anggota baru yang mendaftar atau direkrut oleh promotor. Jenjang keanggotaan ini bisa saja berubah-ubah, sesuai dengan syarat pembayaran atau pembelian tertentu.

MLM merupakan sebuah sistem penjualan modern melalui jaringan distribusi yang dibangun secara permanen dengan memposisikan pelanggan perusahaan sekaligus sebagai tenaga penjualan. Singkatnya, MLM adalah suatu konsep penyaluran (distribusi) barang berupa produk dan jasa tertentu, yang memberi kesempatan kepada para konsumen untuk turut terlibat sebagai penjual dan memperoleh keuntungan di dalam garis kemitraannya.⁴

MLM adalah pemasaran yang dilakukan beberapa orang dengan sistem berjenjang (terdiri dari beberapa tingkat). Beberapa orang ini

⁴ Agustino, *Prospek MLM Syari'ah di Indonesia* (Jakarta: 15 Februari, 2002) hlm. 9.

disebut *member*, sales presentatif, atau konsultan. Mereka terdaftar sebagai *member* (anggota) perusahaan MLM tanpa terikat waktu kerja.⁵

Definisi MLM secara hukum dapat dijumpai dalam pasal 1 angka I Keputusan Menteri Perdagangan RI Nomor 73/MPP/Kep/3/2000 tentang kegiatan Usaha Penjualan berjenjang. MLM diartikan sebagai suatu cara atau metode penjualan secara berjenjang kepada konsumen melalui jaringan penjualan 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.⁶

Jadi, MLM adalah kegiatan penjualan yang melibatkan beberapa orang diantaranya atasan (*upline*) dan bawahan (*downline*) dengan sistem berjenjang *upline* sebagai pimpinan dan *downline* bawahan dalam pelaksanaan kegiatan penjualannya *downline* harus membuat jaringan 1 kanan dan 1 kiri hingga membuat piramida.

2. Dasar Hukum MLM

Dasar hukum yang terkait secara langsung dengan kegiatan *MLM* meliputi:⁷

⁵ Supriyadi Yosup Boni, *Apa Salah MLM?* (Jakarta: Pustaka al-Kautsar, 2017) hlm. 112.

⁶ Serfianto D. Purnomo, dkk, *MLM Money Game dan Skema Piramida* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2011) hlm. 22.

⁷ *Ibid.* hlm. 89.

- a. Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 32/M-DAG/PER/8/2008 tentang penyelenggaraan kegiatan usaha perdagangan dengan sistem penjualan langsung.
- b. Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 47/M-DAG/PER/9/2009 tentang perubahan atas Permendag Nomor 32/M-DAG/PER/8/2008 tentang penyelenggaraan kegiatan usaha perdagangan dengan sistem penjualan langsung.
- c. Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 55/M-DAG/PER/10/2009 tentang pendelegasian wewenang Penerbitan Surat Izin Usaha Penjualan Langsung kepada kepala badan koordinasi penanaman modal dalam rangka pelaksanaan pelayanan terpadu satu pintu di bidang penanaman modal.
- d. Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 13/M-DAG/PER/3/2006 tentang ketentuan dan tata cara penerbitan surat izin usaha penjualan langsung.
- e. Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 36/M-DAG/PER/9/2007 tentang penerbitan surat izin usaha perdagangan.
- f. Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 73/MPP/Kep/3/2000 tentang ketentuan kegiatan usaha penjualan berjenjang.
- g. Fatwa Dewan Syariah Nasional – Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) Nomor 75/DSN/MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).

Di samping payung hukum di atas, perusahaan MLM yang beroperasi di Indonesia wajib tunduk pada peraturan dan undang-undang perusahaan secara umum, sehingga setiap perusahaan wajib memenuhi legalitas standar meliputi:⁸

- a. Akta pendirian perusahaan.
- b. Surat Keterangan Domisili Perusahaan (SKDP).
- c. SK Kemenkumham.
- d. Tanda Daftar Perusahaan (TDP).
- e. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP).
- f. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).

Terkait produk, utamanya produk-produk konsumsi, kesehatan dan kecantikan harus dilengkapi dengan legalitas formal dari lembaga atau kementerian terkait seperti Dinas Kesehatan dan Badan Peneliti dan Pengawas Obat dan Makanan (BPPOM) termasuk sertifikat halal dari Lembaga Penelitian Pengawasan Obat dan Makanan Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI).⁹

3. Sistem MLM

MLM adalah menjual atau memasarkan langsung suatu produk, baik berupa barang atau jasa konsumen sehingga biaya distribusi dari barang yang dijual atau dipasarkan tersebut sangat minim atau bahkan

⁸ Supriyadi Yosup Boni, *Op. Cit.*, hlm. 118.

⁹ *Ibid.*

sampai ke titik nol yang artinya bahwa dalam bisnis MLM ini tidak diperlukan biaya distribusi.¹⁰ MLM juga menghilangkan biaya promosi dari barang yang hendak dijual karena distribusi dan promosi dari barang yang hendak dijual ditangani langsung oleh distributor dengan sistem berjenjang.

Secara global sistem MLM dilakukan dengan cara menjaring calon nasabah yang sekaligus berfungsi sebagai konsumen dan *member* dari perusahaan yang melakukan praktek MLM. Hal ini dilakukan dengan cara memprospek dan merekrutnya dengan berbagai cara. Adapun secara terperinci bisnis MLM dilakukan dengan cara sebagai berikut:¹¹

- 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 di atas, yakni membeli produk perusahaan dengan mengisi formulir keanggotaan.

¹⁰ Andreas Harefa, *10 Kiat Sukses Distributor MLM* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1999) hlm. 12.

¹¹ Kholid Syamhudi, *Siapa Bilang MLM Haram?* (Bogor: Pustaka Darul Ilmi, 2010) hlm. 27-28.

- d. Para *member* baru juga bertugas mencari calon *member-member* baru lagi dengan cara seperti di atas, yakni membeli produk perusahaan dengan 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 paket produk perusahaan, maka *member* yang berada pada level pertama, kedua dan seterusnya akan selalu mendapatkan bonus secara estafet dari perusahaan, karena perusahaan merasa diuntungkan dengan adanya *member-member* baru tersebut.¹²

Dengan demikian, posisi *member* dalam jaringan MLM ini, tidak lepas dari dua posisi : 1) pembeli langsung, 2) makelar. Disebut pembeli langsung apabila sebagai *member*, ia melakukan transaksi pembelian secara langsung, baik kepada perusahaan maupun melalui distributor atau pusat stock. Disebut makelar karena ia telah menjadi perantara (melalui

¹² *Ibid.*

perekrutan yang telah Ia lakukan) bagi orang lain untuk menjadi *member* dan membeli produk perusahaan tertentu.¹³

Beberapa perusahaan MLM, ada yang melakukan kegiatan menjaring dana masyarakat untuk menanamkan modal di perusahaan tersebut dengan janji akan memberikan keuntungan sebesar 100% dalam setiap bulannya. Juga beberapa perusahaan MLM lainnya yang mana seseorang bisa menjadi *member*-nya tidak harus dengan menjual produk perusahaan, namun cukup dengan mendaftarkan diri dengan membayar uang pendaftaran, selanjutnya ia bertugas mencari anggota lainnya dengan cara yang sama, semakin banyak anggota maka akan semakin banyak bonus yang diperoleh dari perusahaan tersebut.

Intinya, memang ada sedikit perbedaan pada sistem setiap perusahaan MLM, namun semuanya berinti pada mencari anggota lainnya, semakin banyak anggotanya semakin banyak bonus yang diperolehnya.

4. **Perkembangan MLM**

Sistem ini sebagai bentuk pertukaran ekonomi yang mengiringi pertumbuhan perusahaan telah berkembang pesat sehingga menampilkan wajahnya yang paling modern yaitu MLM. Sistem ini berasal dari Amerika Serikat dan mulai diperkenalkan secara ilmiah oleh dua orang

¹³ Hafidz Abdurrahman dan Yahya Abdurrahman, *Bisnis & Muamalah Kontemporer* (Bogor: Al-Azhar Freshzone Publishing, 2015) hlm. 116.

Professor Pemasaran dari Universitas Chicago, yaitu Karl Ramburg dan Robert Metcalt pada tahun 1945 dengan nama perusahaan *Nutrilite*.¹⁴

Perusahaan *Nutrilite* ini merupakan salah satu perusahaan pertama yang menawarkan konsep bisnis MLM. Produk pertamanya yang dijual di perusahaan *Nutrilite* adalah vitamin dan makanan tambahan. Bisnis ini memberi komisi tambahan pada distributor independen yang berhasil merekrut, melatih dan membantu anggota baru untuk ikut menjual produk. Metode baru ini memungkinkan seorang distributor terus merekrut anggota baru dengan kedalaman dan keluasan yang tidak terbatas. Konsep bisnis ini, pada tahun 1959 dikembangkan dan disahkan secara hukum di Michigan, Amerika Serikat melalui perusahaan *Amway Corporation*. Sistem MLM ini kemudian terus berkembang, dan terus merambah 70 negara di dunia, termasuk Indonesia.¹⁵

Di Indonesia sendiri, bisnis MLM sudah masuk sejak tahun 80an. Perusahaan lokal pelopor bisnis ini adalah PT. Sentral Nusa Insan cemerlang (CNI) yang berdiri di Bandung. Sementara itu, pada tahun 90an beberapa MLM asing banyak membuka cabang di Indonesia yang berasal dari Cina, Jepang, Malaysia, USA, dan Negara lainnya.¹⁶

¹⁴ Jabbar Ibrahim, *MLM Bikin Saya Kaya Raya* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009) hlm. 10.

¹⁵ *Ibid.*

¹⁶ Kusworo, *Mengenal MLM Syariah* (Tangerang: Amal Actual, 2005) hlm. 23.

Perusahaan yang menggunakan sistem MLM di Indonesia dari tahun ke tahun, salah satunya adalah Amway, Herbalife, Forever Young, Tianshi, Avon, Sophie Martin, Oriflame dan Tupperware. Sementara untuk MLM lokal di Indonesia terdapat nama-nama seperti CNI, MQ-Net, Triple-s, Ahad Net dan Perusahaan MLM lainnya.

5. Produk MLM

Ada beberapa perusahaan MLM yang ada di Indonesia, yaitu:¹⁷

a. Amway

Amway adalah salah satu perusahaan MLM di Indonesia dengan produk pembersih rumah, kecantikan dan kesehatan, nutrisi, alat-alat rumah tangga, asuransi, pelumas, bahkan pengolahan air sehat.

b. CNI

Perusahaan ini didirikan di Bandung tahun 1986. Produk dari perusahaan ini adalah produk kesehatan (berbagai suplemen dan vitamin), dan produk kebutuhan rumah tangga.

c. Sophie Martin

Sophie Martin Indonesia didirikan atas nama PT Sophie Martin Indonesia, merupakan anak perusahaan berkonsep MLM yang beroperasi di Indonesia sejak 1994. Perusahaan ini tumbuh menjadi

¹⁷ Kaskus Kreator, "5 Perusahaan MLM Terbesar yang Masih Tetap eksis di Indonesia" diakses dari <https://m.kaskus.co.id>, pada Kamis 03 Mei 2018.

perusahaan penyedia produk fashion. Produknya meliputi baju, tas, *make-up*, dan kebutuhan rumah tangga.

d. Orie Flame

Perusahaan orie flame merupakan perusahaan dengan sistem MLM yang berfokus pada produk-produk kecantikan seperti, bedak, sampo, sabun, parfum dan sejenisnya.

e. Tupperware

Tupperware didirikan oleh Earl Silas Tupper (1907-1983), di mana perusahaan berfokus pada produk rumah tangga.¹⁸

B. Multi Level Marketing Syariah

1. Pengertian MLM Syariah

MLM syariah adalah sebuah sistem pemasaran yang dalam penerapannya didasarkan pada nilai-nilai ekonomi syariah yang berlandaskan tauhid, akhlak dan hukum muamalah.¹⁹

Ada dua aspek untuk menilai apakah bisnis MLM itu sesuai dengan syariah atau tidak yaitu aspek produk atau jasa yang dijual dan sistem dari MLM itu sendiri. Dari aspek produk yang dijual, dalam hal ini objek dari MLM harus merupakan produk-produk yang halal dan jelas bukan produk yang dilarang oleh agama. Selain halal objek yang dijual juga harus bermanfaat dan dapat diserahkan serta mempunyai harga

¹⁸ *Ibid.*

¹⁹ Anis Tyas Kuncoro, *Konsep Bisnis MLM Dalam Perspektif Ekonomi Syariah* (Jakarta: Sultan Agung, 2009) hlm. 26.

yang jelas. Oleh karena itu walaupun MLM dikelola atau memiliki jaringan distribusi yang dijalankan oleh seorang muslim namun apabila objeknya tidak jelas bentuk, harga dan manfaatnya maka hal itu bisa dikatakan tidak sah.²⁰

Praktik Penjualan Langsung Berjenjang Syariah wajib memenuhi 12 kriteria dalam menentukan *Multi Level Marketing* berbasis syariah, yaitu:

- a. Adanya obyek transaksi riil yang diperjualbelikan berupa barang atau produk jasa.
- b. Barang atau produk jasa yang diperdagangkan bukan sesuatu yang diharamkan dan atau yang dipergunakan untuk sesuatu yang haram.
- c. Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur *gharar*, *maysir*, *riba*, *dharar*, *dzulm*, maksiat.
- d. Tidak ada kenaikan harga/ biaya yang berlebihan (*excessive mark-up*), sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas/ manfaat yang diperoleh.
- e. 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

²⁰ Firman Wahyudi, *MLM Dalam Kajian Fiqh Muamalah*, dalam Al-Banjari Vol. 13, No. 2, Juli-Desember, 2014. Hlm. 175.

produk jasa, dan harus menjadi pendapatan utama mitra usaha dalam PLBS.

- f. 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.
- g. Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara regular tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa.
- h. Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan *ighra'*.
- i. Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dengan anggota berikutnya.
- j. Sistem perekrutan keanggotaan, bentuk penghargaan dan acara seremonial yang dilakukan tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan aqidah, syariah dan akhlak mulia seperti syirik, kultus, maksiat dan lain-lain.
- k. Setiap mitra usaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya tersebut.

1. tidak melakukan *money game*.²¹

2. Dasar Hukum MLM Syariah

Adapun yang menjadi dasar hukum MLM syariah adalah:

a. Q.S al-Maidah [5] : 2 :

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ﴿٢﴾

“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan taqwa dan jangan tolong-menolong dalam dosa dan permusuhan”

Dalil al-Quran yang menerangkan tentang anjuran tolong-menolong dalam kebaikan seperti saat bermu’amalah hubungannya dengan MLM karena para *member* selalu diberikan pelatihan dan motivasi oleh pihak perusahaan, sehingga para *member* bisa bekerja dengan baik.

b. Q.S an-Nisa [4] : 29 :

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ

تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesama dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan

²¹ Fatwa Dewan Syariah Nasional No :75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).

janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

Dalil al-Quran yang menerangkan tentang larangan memakan harta dengan jalan yang *batil* ini berhubungan dengan MLM, tidak boleh yang menjadi *member* pertama selalu mendapat bonus yang lebih besar dibanding *member* yang kedua. Hal tersebut akan merugikan *member* kedua.

c. Q.S al-Hasyr [59] : 7 :

كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةٌ بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ ۗ

“Agar harta tidak berputar hanya diantara orang-orang kaya saja diantara kamu”

Dalil al-Quran yang menerangkan agar harta tidak berputar diantara orang-orang kaya saja diantara kamu, hubungannya dengan MLM adalah setiap *member* akan mendapat potongan dalam setiap pembelian dan bonus apabila mengajak orang lain bergabung.

Jadi, pada dasarnya hukum dari MLM ini adalah mubah berdasarkan kaidah Fiqh yaitu *“asal dari semua transaksi atau perikatan adalah boleh sehingga ada indikator yang menunjukkan keharamannya”*.²² Selain itu bisnis ini bebas dari unsur-unsur riba (sistem bunga), *gharar* (penipuan), *dharar* (bahaya), *jahalah* (tidak transparan), dan *dzulm*

²² Muchtar Yahya, *Dasar-dasar Pembinaan Hukum Fiqh Islam* (Bandung: PT. Alma'arif, 1997) hlm. 76.

(merugikan orang lain) dan yang lebih urgen adalah produk yang dibisniskan halal. Dengan demikian, bisnis MLM merupakan bagian dari perdagangan yang harus memenuhi syarat dan rukun sahnya sebuah perikatan.

3. Sistem MLM Syariah

Pada dasarnya MLM yang berbasis syariah tidak jauh berbeda dengan MLM konvensional. Yang membedakan adalah bentuk usaha atau jasa harus memenuhi hal-hal sebagai berikut:

- a. Produk yang dipasarkan halal, baik dan menjauhi syubhat.
- b. Sistem akadnya memenuhi kaedah dan rukun jual beli sebagaimana yang terdapat dalam hukum Islam.
- c. Operasional, kebijakan, budaya organisasi, maupun sistem akuntansinya harus sesuai syariah.
- d. Tidak ada *mark up* harga produk yang berlebihan, sehingga anggota terzalimi dengan harga yang amat mahal, tidak sepadan dengan kualitas dan manfaat yang diperoleh.
- e. Dalam struktur organisasinya, ada Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang terdiri dari para ulama yang memahami permasalahannya. Selanjutnya, formula intensif harus adil, tidak mendzalimi *downline* dan tidak menempatkan *upline* hanya menerima *pasif income* tanpa bekerja,

upline tidak boleh menerima *income* dari hasil jerih payah *downline* nya.²³

Pembagian bonus harus mencerminkan usaha masing-masing anggota. Tidak ada eksploitasi dalam aturan pembagian bonus antara orang yang awal menjadi anggota dengan yang akhir. Oleh karena itu pembagian bonus yang diberikan harus jelas angka nisbahnya sejak awal. Cara pemberian penghargaan kepada mereka yang berprestasi tidak hurai-hurai dan pesta pora. Produk yang dijual tidak menitik beratkan barang-barang tersier, terutama ketika ummat masih bergelut dengan pemenuhan kebutuhan primer. Di samping itu, perusahaan MLM harus berorientasi pada kemaslahatan ekonomi ummat.²⁴

4. Perkembangan MLM Syariah

Sistem MLM yang lahir pada tahun 1945 merupakan kreasi dan inovasi marketing yang melibatkan masyarakat konsumen dalam kegiatan usaha pemasaran dengan tujuan agar masyarakat konsumen dapat menikmati manfaat financial dalam bentuk insentif, hadiah-hadiah, perlindungan asuransi, tabungan hari tua, dan bahkan kepemilikan saham perusahaan.²⁵

²³ Ahmad Mardalis & Nur Hasanah, *MLM (MLM) Perspektif Ekonomi Islam* dalam Falah Jurnal Ekonomi Syariah Vol. 1, No. 1 Februari 2016, hlm. 35.

²⁴ *Ibid.*, hlm. 36.

²⁵ Ahmad Basyuni Lubis, *Al-Iqtishad*, November, 2000.

Oleh karena banyaknya perusahaan MLM yang berkembang, sehingga belakangan ini hadir juga perusahaan MLM yang mengklaim perusahaannya dengan MLM berbasis syariah. Kelahiran MLM berbasis syariah dilatarbelakangi oleh realitas bahwa produk-produk makanan, minuman, kosmetik, dan jutaan jenis-jenis barang lainnya harus berstatus halal. Perusahaan MLM yang pertama kali mengklaim perusahaannya MLM berbasis syariah di Indonesia adalah perusahaan Ahad-Net. Hal ini dilatarbelakangi atas kepedulian akan kondisi perekonomian umat Islam Indonesia yang masih terpuruk. Umat Islam yang menjadi mayoritas di Negeri ini, harus menggunakan kekuatan jaringan, agar pemberdayaan potensi bisnis umat Islam Indonesia bisa diwujudkan. Pemberdayaan ekonomi kaum Muslimin adalah pemberdayaan ekonomi kerakyatan yang harus dilakukan. Setelah perusahaan Ahad-Net inilah kemudian bermunculan perusahaan MLM syariah seperti, PT K-Link Nusantara, PT Veritra Sentosa International, PT Momen Global International, PT Ufo Bisnis Kemitraan Bersama Syariah, PT Nusantara Sukses Selalu, PT Singa Langit Jaya (TIENS), PT HPA.²⁶

²⁶ *Ibid.*

5. Produk MLM Syariah

Pada tanggal 27 Juli 2016, DSN-MUI menerbitkan Keputusan Dewan syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia No. KEP-03/DSN-MUI/VII/2016 tentang Daftar Perusahaan Penjualan Langsung Berjenjang Syariah yang telah mendapatkan sertifikat DSN-MUI. Perusahaan-perusahaan tersebut adalah :²⁷

NO.	LEMBAGA	PRODUK	NO SK
1.	PT Veritra Sentosa Internasional	Layanan Pembayaran Multiguna	010.57.01/DSN- MUI/VII/2017
2	PT Momen Global Internasional	Nutrisi Kesehatan	006.53.01/DSN- MUI/VII/2017
3.	PT UFO Bisnis Kemitraan Bersama Syariah	Produk Kesehatan	003.50.01/DSN- MUI/I/2017
4.	PT K-LINK Nusantara	Produk Kesehatan	002.49.01/DSN- MUI/I/2017

²⁷ Rustiawan, “Daftar List MLM Hlmal Syariah” diakses dari <http://www.hpa-network.com>, pada Kamis 03 Mei 2018.

5.	PT Nusantara Sukses Selalu	Produk Kesehatan	003.38.01/DSN- MUI/III/2016
6.	PT Singa Langit Jaya (TIENs)	Produk Kesehatan	002.36.01/DSN- MUI/II/2016
7.	PT HPA	Produk Kesehatan	002.36.01/DSN- MUI/II/2015 ²⁸

²⁸ *Ibid.*

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Data Geografis

Lokasi penelitian ini dilakukan di Gang Melati 13 Komplek

Sadabuan Kota Padangsidempuan, dengan batas-batas sebagai berikut:

Sebelah Timur berbatasan dengan Kelurahan Bonan Dolok

Sebelah Barat berbatasan dengan Kelurahan Kayu Ombun

Sebelah Utara berbatasan dengan Kelurahan Losung Batu

Sebelah Selatan berbatasan dengan Kelurahan Tano Bato

Sedangkan letak koordinat Gang Meelati 13 Komplek Sadabuan Kota Padangsidempuan adalah 1°22'U'LU 99°16'20"BT.

B. Informan Penelitian

Informan penelitian di sini diharapkan dapat memberikan informasi seluas-luasnya, sehingga peneliti mampu mendeskripsikan fenomena yang diteliti secara utuh. Dalam hal ini informan penelitian ini terdiri dari : Syailan Harahap (*upline*) sebagai pemilik Stockis HPA di Gang Melati 13 Komplek Sadabuan Kota Padangsidempuan, Julistina dan Abrori Nurul (*upline*) sebagai pemilik Kantor Cabang HPA di Padangsidempuan. Ayuli Fika Lestari, Hotnida, dan Susi Susanti adalah *downline* pada jaringan Syailan Harahap Stockis Gang Melati 13 Komplek Sadabuan Kota Padangsidempuan.

C. Waktu Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan sejak proposal disetujui oleh pembimbing I dan pembimbing II yang sudah dilaksanakan Desember 2017 sampai Mei 2018. Waktu yang ditetapkan ini dipergunakan dalam rangka pengambilan data sampai kepada pengolahan data hasil penelitian, kemudian pembuatan laporan penelitian.

D. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah penelitian lapangan (*field search*). Penelitian lapangan merupakan metode untuk menemukan secara spesifik dan realistis tentang apa yang sedang terjadi pada suatu saat di tengah-tengah kehidupan masyarakat. Jadi mengadakan penelitian lapangan mengenai beberapa masalah aktual yang kini sedang terjadi dan menginterpretasikan dari dalam bentuk gejala atau proses sosial. Pada prinsipnya penelitian lapangan bertujuan untuk memecahkan masalah-masalah praktis dalam masyarakat.¹

Penelitian lapangan merupakan penelitian yang secara langsung turun ke lapangan yang akan diteliti, dengan menggunakan metode analisis yang bertujuan untuk memecahkan masalah yang sedang terjadi di tengah-tengah masyarakat.

¹ Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 1999) hlm. 28.

Sedangkan sifat penelitian yang peneliti gunakan adalah deskriptif. Secara harfiah, penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang bermaksud mengadakan pemeriksaan dan pengukuran-pengukuran terhadap gejala tertentu.² Deskriptif yang dimaksud dalam penelitian ini adalah peneliti mengumpulkan data dari fakta yang ada di lapangan dan untuk mengungkapkan suatu masalah dan keadaan sebagaimana adanya. Peneliti memaparkan data hasil penelitian yang diperoleh dari lapangan yakni Pelaksanaan *Multi Level Marketing* dalam Perspektif Fatwa Dewan Syariah Nasional No. :75/DSN-MUI/VII/2009 studi Herba Penawar Al-Wahida (HPA) Stockis Gang Melati 13 Komplek Sadabuan Kota Padangsidimpuan.

E. Sumber Data

Sumber data menjelaskan tentang dari mana data diperoleh, data apa saja yang dikumpulkan, bagaimana informasi atau subyek tersebut, dan dengan cara bagaimana data dijaring sehingga validitasnya dapat dijamin.

Sumber data dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data pertama di mana sebuah data dihasilkan dan diambil dari sumber pertama yang ada di lapangan.³

Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dan dikumpulkan secara

² Husain Umar, *Metodologi untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2009) hlm. 24.

³ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial, Format-format Kuantitatif dan Kualitatif* (Surabaya: Airlangga University Press, 2001) hlm. 29.

langsung dari lokasi penelitian melalui wawancara kepada Stockis, *Upline* biasa, dan *Downline* biasa di Herba Penawar Al-Wahida (HPA) Stockis Gang Melati 13 Komplek Sadabuan Kota Padangsidempuan.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang telah lebih dahulu dikumpulkan dan dilaporkan oleh orang atau instansi di luar peneliti sendiri.⁴ Jadi pada saat melakukan penelitian data tersebut telah tersedia dan sifatnya melengkapi data primer.⁵

Adapun data yang termasuk data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang berasal dari dokumen-dokumen yang berkenaan dengan Herba Penawar Al-Wahida (HPA) seperti data tentang sistem bisnis *Multi Level Marketing*. Buku-buku yang relevan dengan pembahasan sistem Herba Penawar Al-Wahida (HPA) serta sumber lain berupa hasil laporan penelitian yang masih mempunyai relevansi dengan tema yang dibahas. Dalam hal ini data sekunder digunakan untuk mendapatkan data-data yang lebih valid tentang sistem bisnis *Multi Level Marketing* yang diterapkan Herba Penawar Al-Wahida (HPA).

58. ⁴ Moh Pabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006) hlm.

⁵ Burhan Bungin, *Op. Cit.*, hlm. 128.

F. Teknik Pengumpulan Data

Sebagaimana layaknya studi kualitatif yang mengadakan penelitian terhadap lapangan. Maka pengumpulan datanya dilakukan langsung oleh peneliti dengan menggunakan metode wawancara dan dokumentasi :

1. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk mendapatkan keterangan-keterangan lisan melalui bercakap-cakap dan berhadapan dengan orang yang dapat memberikan keterangan pada peneliti.⁶

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*), yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.⁷

Teknik wawancara yang digunakan oleh peneliti adalah wawancara campuran di mana peneliti mengacu kepada pedoman wawancara yang telah dibuat sesuai dengan tujuan penelitian terutama dengan jenis data yang dibutuhkan dan bisa berubah sesuai dengan keadaan di lokasi wawancara tersebut. Adapun yang menjadi sasaran dalam metode wawancara ini adalah Stockis, *Upline* biasa, dan *Downline* biasa di Herba Penawar Al-Wahida (HPA).

⁶ Mardalis, *Op. Cit.*, hlm. 64.

⁷ Suharsimi Arikuntoro, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006) hlm. 129.

2. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi ialah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen. Metode dokumentasi yaitu pengumpulan data yang bersumber dari tulisan dan dokumen.⁸ Dokumentasi merupakan rekaman kejadian masa lalu yang ditulis atau dicetak berupa catatan anekdot, surat, buku harian, dan dokumen-dokumen. Tidak jauh berbeda dengan pendapat dari Suharsimi Arikonto bahwa dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk memperoleh informasi dari sumber tertulis atau dokumen-dokumen berupa buku-buku, majalah-majalah, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian, dan sebagainya.⁹

Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian. Dalam penelitian ini sumber yang akan dijadikan alasan dari metode dokumentasi ini adalah data dari bahan-bahan tertulis yaitu buku-buku yang ada kaitannya dengan judul penelitian.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumen,

⁸ Lexy J. Maleong, *Metode Penelitian Kualitatif edisi Revisi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012) hlm. 123.

⁹ Suharsimi Arikonto, *Op. Cit.*, hlm. 231.

dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan dalam unit-unit, melakukan sintesis, menyusun dalam pola, memilih yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.¹⁰

Analisis data merupakan upaya yang dilakukan dengan gang bekerja dengan data, menemukan yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan dengan orang lain.¹¹

Teknik analisis data yang dipakai dalam penelitian adalah teknik analisis kualitatif lapangan, karena data yang diperoleh merupakan keterangan-keterangan dalam bentuk uraian. Kualitatis adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yaitu sumber tertulis atau ungkapan dan tingkah laku yang di observasi manusia.

Kemudian untuk menganalisis data, peneliti menggunakan cara berpikir induktif. Induktif berangkat dari kata-kata fakta/ peristiwa yang khusus, konkrit, ditarik generalis yang mempunyai sifat umum. Proses telaah data induktif dengan menelaah data bersamaan pada saat proses pengumpulan data, hasil temuan di lapangan kemudian dibentuk dan dikembangkan dalam teori.¹²

¹⁰ *Ibid.*, hlm. 155.

¹¹ Lexy J. Meleong, *Op. Cit.*, hlm. 248.

¹² Sutrisno Hadi, *Metodologi Research Jilid I* (Yogyakarta: Yayasan Penerbit Psikologi UGM, 2002) hlm. 42.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Herba Penawar Alwahida (HPA)

1. Sejarah Berdiri dan Berkembang Herba Penawar Alwahida (HPA)

Secara historis sistem MLM di mulai sejak berdirinya *Nutrilite*, sebuah perusahaan makanan tambahan di California, Amerika Serikat pada tahun 1930-an, yang menerapkan sistem bonus sebesar 2% kepada setiap penjual yang berhasil merekrut penjual baru. Bonus 2% tersebut dihitung berdasarkan nilai penjualan para penjual langsung yang direkrut oleh penjual sebelumnya atau sponsor.

Sayang kemudian, *Nutrilite* jatuh pada tahun 1950-an, namun dua orang distributornya berhasil mengembangkan sistem MLM yang dirintis oleh *Nutrilite* dengan mendirikan *Amway Corporation* pada tahun 1959 di Michigan, Amerika Serikat. *Amway* bahkan membeli *Nutrilite*, di samping memproduksi sendiri berbagai produk lainnya yang dipasarkan melalui sistem MLM.¹

Faktor anggapan bahwa ekonomi dan keuangan merupakan bagian dari ajaran Islam menyebabkan sebagian besar masyarakat muslim larut

¹ Andreas Harefa, *10 Kiat Sukses Distributor MLM* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1999) hlm. 6.

dalam sistem ekonomi kapitalis sekularis. Lalu mereka tidak berdaya dan menjadi sangat tergantung terhadap produksi dan distribusi umat lain.²

Untuk mengantisipasi trend globalisasi dan informasi yang terkadang membawa dampak negatif terhadap umat Islam. Dan sebagai upaya menghadapi tantangan era globalisasi dalam era perdagangan bebas, produk asing yang semakin bebas memasuki wilayah umat Islam, Tuan Haji Ismail Bin Ahmad mendirikan Herba Penawar Al-wahida (HPA).

Herba Penawar Al-Wahida (HPA), sebuah perusahaan herbal di Malaysia. Sebelumnya Tuan Haji Ismail memakai sistem *single level marketing*. Orang pertama yang direkrutnya adalah teman-teman *usrohnya* (semacam kelompok pengajian). Pada awalnya Tuan Haji Ismail tidak setuju dengan sistem MLM, namun karena permintaan dari pelanggan HPA dan setelah ada penjelasan dari gurunya bahwa sistem MLM tidak bertentangan dengan syariat Islam.

HPA berdiri pada bulan September 1987 namun diresmikan pada tanggal 15 Juli 1995 setelah 8 tahun beroperasi. Dan telah memiliki produk yang dipasarkan kurang lebih 80 jenis produk seperti, Habbatussauda, kopi radix, minyak but-but, minyak zaitun, dan banyak lagi jenis lainnya yang berguna.

² Suhrawardi K Lubis, *Hukum Ekonomi Islam* (Jakarta: Sinar Grafika, 2004) hlm. 173.

Pada tahun 2006 HPA masuk ke Indonesia dengan bekerja sama dengan salah satu perusahaan Indonesia. Kemudian dari kerja sama ini mendirikan perusahaan yang diberi nama PT. Herba Penawar Al-Wahida yang disingkat menjadi HPA. Perusahaan ini berhasil berkembang dan menjalin kerja sama dengan perusahaan-perusahaan lainnya.³

Akan tetapi, di samping perusahaan ini berkembang juga terdapat beberapa masalah diantaranya prinsip memasarkan produk ini tidak sesuai dengan aturan yang diterapkan Tuan Haji Ismail Bin Ahmad. Aturan semula adalah 5 pilar perjuangan HPA, yang *Pertama*, Bertemu dan Berpisah Karena Allah, *Kedua*, Produk Halal Tanggung jawab Bersama, *Ketiga*, Mencari Rizki halal dari Bisnis MLMS, *Keempat*, Boikot Produk Yahudi, *Kelima*, Dari Kita untuk Kita. Selain hal tersebut, Tuan Haji Ismail Bin Ahmad juga membuat aturan bahwa tidak boleh perusahaan ini bekerja sama dengan Non – Muslim. Namun, orang yang menjadi kepercayaan Tuan Haji Ismail Bin Ahmad melanggar aturan tersebut dengan bekerja sama dengan perusahaan Non-Muslim.⁴

Sepanjang pergolakan tersebut, perusahaan HPA sering berganti nama mulai dari PT. Awmit kemudian HPAI, dan HNI. Bulan Agustus tahun 2016 HPA kembali kepada Tuan Haji Ismail Bin Ahmad. Resmi diambil Januari 2017 dan berganti nama menjadi HPA International. HPA

³ Wawancara dengan Sailan Sebagai Pemilik Stockis HPA Gang Melati 13 Komplek Sadabuan Kota Padangsidimpuan, Pada 20 April 2018.

⁴ *Ibid.*

International inilah yang kemudian tersebar hampir di seluruh wilayah daerah Indonesia sampai sekarang.

2. Visi dan Misi

Setiap perusahaan pasti mempunyai visi dan misi yang berbeda antara perusahaan yang satu dengan yang lainnya. Demikian juga halnya HPA yang mempunyai visi dan misi yaitu menjadikan perusahaan MLM syariah terbesar di Indonesia dan menjadi penggerak terciptanya perekonomian dan potensi umat Islam, memberikan kemaslahatan bagi masyarakat luas. Serta membutuhkan insan yang professional dengan memanfaatkan teknologi yang maju serta bertakwa kepada Allah SWT.⁵

3. Produk-Produk HPA

a. Habbatussauda

Sebagai pembentuk sel yang tidak dapat dibentuk oleh sendiri dalam tubuh sehingga harus mendapat asupan atau makanan dari luar yang memiliki kandungan asal lemak esensial yang tinggi.

b. Rosella

Kelopak bunga rosella berkhasiat untuk meningkatkan kesehatan.

c. Kopi Radix Sinergis

Untuk membangkitkan semangat serta meredakan kelelahan

⁵ Starterkit PT. Alwahid Marketing International, *Profil Perusahaan*, hlm. 1.

d. Sari Kurma

Sangat bagus untuk ibu hamil dan pasca melahirkan dengan kandungan karbohidrat yang tinggi dapat meningkatkan trombosit dalam darah serta dapat meningkatkan vitalitas tubuh anda.

e. *Spirumadu Kids*

Untuk membangun sistem kekebalan tubuh, meningkatkan gizi mengatasi gangguan sistem metabolisme tubuh.

f. Soya Jawi

Untuk meningkatkan metabolisme tubuh memperbaiki sistem pencernaan, dan meningkatkan sirkulasi dalam darah.

g. Minyak But-but

Untuk mengobati patah tulang dan lain-lain.⁶

h. *Malac*

Untuk memecahkan batu karang, mengatasi bengkak karena peradangan infeksi saluran kencing, tekanan darah tinggi dan demam kuning.

i. Organik Mengkudu

Untuk mengobati keputihan, pencernaan, membuang toksin/ racun.

⁶ *Ibid.*

j. *Extra Green*

Formula lengkap ini sangat mudah di serap oleh tubuh sehingga baik untuk mempertahankan kesehatan dan kesegaran tubuh terhadap beragam penyakit dan memperlancar peredaran darah.

k. *Vitex*

Untuk menurunkan tekanan darah tinggi dan menjadikan normal.

l. *Teh Asiatikca Plus*

Untuk melansingkan badan.

m. *Hb*

Untuk meningkatkan daya imunisasi dan tenaga khususnya kepada mereka yang mengalami kekurangan kadar darah merah dan mengatasi kelesuan tubuh.

n. *Radix*

Sebagai antioksidan, anti virus, anti peradangan dan anti keracunan.

o. *Golden Gamat Caps*

Sangat bagus sekali dalam proses perbaikan dan generasi sel.

p. *Plantisol*

Berfungsi untuk menurunkan kadar glukosa dalam darah (*hipoglicemia*) serta bertindak untuk merangsang *insulin* oleh pancreas.

q. *Ardisia*

Untuk melancarkan buang air besar.

r. Herba Tujuh Angin

Dapat mengatasi berbagai masalah angin, melancarkan buang air besar, sehingga badan terasa ringan.⁷

4. **Keunggulan Herba Penawar Al-Wahida (HPA)**⁸

- a. HPA memiliki visi dan misi yang luhur.
- b. HPA memiliki komitmen menghasilkan produk yang halal dan *tayyib* (bermutu).
- c. HPA dimiliki pengusaha muslim.
- d. HPA memiliki *marketing-plan* yang memenuhi prinsip keadilan/ ihsan jual beli sesuai syariah.
- e. HPA menjadikan seorang herbalis dan peniaga yang selalu *berakhlakul karimah* dan menjaga prinsip-prinsip syariah

B. Sistem *Multi Level Marketing* Syariah Herba Penawar Al-Wahida (HPA)

Sistem MLM atau yang disebut dengan istilah *Marketing-Plan* memiliki prinsip dasar yang adil dan berdasarkan kajian Fiqh Muamalah Islam yang dalam, sehingga tidak melanggar prinsip-prinsip Islam. *Marketing Plan* ini telah mendapatkan pengesahan dari Pusat Konsultasi Syariah Malaysia untuk digunakan sebagai aturan *Multi Level Marketing* Syariah (MLMS) di HPA International.⁹

Adapun *Marketing Plan* HPA sebagai berikut:

⁷ *Ibid.*

⁸ RBO *Radix Business Oportunity International*, hlm. 27.

⁹ RBO *Radix Business Oportunity International*, Januari 2018.

1. Keagenan

Untuk menjadi agen di HPA, seseorang harus mendaftar melalui seorang sponsor yang kemudian bertindak sebagai *upline* agen tersebut. Untuk pendaftaran ini tidak dikenakan biaya ataupun gratis.¹⁰ Tetapi seseorang berinvestasi sebesar Rp. 30.000, yang berlaku selamanya. Dengan investasi ini, agen baru tersebut dapat menggunakan sistem komputerisasi HPA Internasional, mendapat diskon harga produk, menjualnya dan mendapatkan bonus sesuai dengan pangkat dan aturan yang telah ditetapkan.

Dengan menjadi agen, maka ia mendapatkan kesempatan juga untuk mengikuti seminar ataupun pelatihan yang dilaksanakan oleh HPA.

2. Insentif Kenaikan Pangkat

Kepangkatan di HPA meliputi:¹¹

Tabel 4.1

Peringkat	Sebutan	Ketentuan Kenaikan Pangkat	Persentasi Bonus Pribadi
PB	Pengurus Biasa	Baru daftar/ <i>member</i> baru	10%-17%
PLX	Pengurus Melati	Hanya dengan Tutup Point 300.000 NM (Nilai Mata)	20%
PRX	Pengurus Meranti	Memiliki 3 PLX di level pertama	23%
PJX	Pengurus Jati	Memiliki 6 PLX di level pertama	26%

¹⁰ Wawancara dengan Sailan Harahap sebagai pemilik Stockist HPA di Gang Melati 13 Komplek Sadabuan Kota Padangsidempuan, Rabu 02 Mei 2018.

¹¹ *Ibid.*

PL	Pengarah Melati	Memiliki 2 PRX dan \$ PLX di level pertama	29%
PR	Pengarah Meranti	Memiliki 4 PRX dan 2 PLX di level pertama	32%
PJ	Pengarah Jati	Memiliki 6 PRX di level pertama	35%

3. Keuntungan

a. Keuntungan Runcit

Keuntungan Runcit adalah keuntungan langsung yang didapatkan para agen pada waktu menjual produk HPA ke konsumen langsung. Keuntungan ini beragam dari 15% hingga 25% tergantung jenis produk yang dijual.

Sebagai contoh, seorang agen menjual 2 kotak radix Himalaya. Sesuai dengan ketentuan, agen tersebut membelinya seharga $2 \times \text{Rp. } 60.000 = \text{Rp. } 120.000$. Kemudian, agen tersebut menjual ke konsumen seharga $2 \times \text{Rp. } 75.000 = \text{Rp. } 150.000$. Keuntungan langsung/ runcit yang didapatkan agen tersebut adalah $\text{Rp. } 150.000 - \text{Rp. } 120.000 = \text{Rp. } 30.000$.

b. Bonus Pribadi

Bonus pribadi adalah bonus yang didapatkan agen dari presentasi NM/ PV (Nilai Mata/ Point Value)¹² produk yang dibeli dari stockis/ PSD/

¹² NM/ PV (Nilai Mata/ Point Value) adalah istilah yang digunakan untuk satuan nilai yang diberikan kepada setiap produk yang digunakan untuk menentukan peringkat atau posisi, dan jumlah/ besarnya bonus.

Warehouse¹³ HPA. Syarat untuk mendapatkan bonus pribadi ini adalah minimal berbelanja sebesar 100.000 NM/ PV tiap bulannya.

Sebagai contoh : Seorang agen membeli 3 kotak Radix IQ dan 4 kotak Radix Himalaya. (1 kotak Radix IQ memiliki 20.000 NM dan 1 kotak Radix Himalaya juga memiliki 20.000 NM). Sehingga total NM yang didapatkan di bulan tersebut adalah $(3 \times 20.000) + (4 \times 20.000) = 140.000 \text{ NM}$. Karena lebih besar 100.000 NM, maka agen tersebut berhak mendapatkan Bonus Pribadi.

Perhitungan bonus ini didasarkan kepada pangkat yang dimiliki agen tersebut. Jika saat ini dia memiliki Pangkat PLX, maka dia berhak mendapatkan Bonus Pribadi sebesar:

$$20\% \times 140.000 \text{ NM} = \text{Rp. } 28.000$$

Jika dia berpangkat PJ, maka perhitungannya adalah $35\% \times 140.000 \text{ NM} = \text{Rp. } 49.000$ ¹⁴

c. Bonus Kenaikan Pangkat

Bonus Kenaikan Pangkat adalah bonus yang didapatkan agen dari selisih persentasi bonus terhadap agen langsung di bawahnya. Sebagai contoh : Jika seorang agen berpangkat PJX (26%) dan memiliki 3

¹³ Tingkat Distribusi berdasarkan Modal Minimum, Stockis Rp. 3-5 juta, PSD (Pusat Stockis Daerah) Rp. 30 Juta, Kantor Cabang (KC) Rp. 100 juta dan Wharehouse Rp. 1 Milyar.

¹⁴ Wawancara dengan Julistina sebagai *Upline* HPA dan pemilik KC (Kantor Cabang) HPA di Padangsidimpan, Rabu, 02 Mei 2018.

orang PLX (20%) dan 2 orang PB (10%), dan masing-masing agen di bawahnya memiliki 200NM, maka:

- 1) Total NM agen-agen di bawahnya adalah $5 \times 200.000 \text{ NM} = 1.000.000 \text{ NM}$
- 2) Dari 2 agen PB, bonusnya adalah $(26\% - 10\%) \times 400.000 \text{ NM} = \text{Rp. } 64.000$
- 3) Dari 3 agen PLX, bonusnya adalah $(26\% - 20\%) \times 600.000 \text{ NM} = \text{Rp. } 36.000$
- 4) Total Bonus Kenaikan Pangkat : $\text{Rp. } 64.000 + \text{Rp. } 36.000 = \text{Rp. } 100.000$

d. Bonus Stabilitas

Bonus Stabilitas adalah bonus yang dibagikan kepada seluruh agen yang minimal memiliki 200.000 NM dalam 3 bulan berturut-turut untuk peringkat PB dan PLX. Besarnya bonus ini adalah $5\% \times \text{Omset PV International}$ dibagi secara merata kepada agen-agen tersebut.¹⁵

4. Tidak Adanya Komisi bagi *Upline* atau Agen yang Berhasil Merekrut Anggota baru untuk Bergabung dalam Sistem Keagenan HPA

Praktik MLM di HPA ini diawali dengan merekrut seorang agen. sebelum merekrut calon agen seorang *upline* memberi gambaran umum tentang produk-produk apa saja yang akan dijual serta cara penghitungan

¹⁵ *Ibid.*

bonus atau penjualan produk-produk HPA yang akan diterima oleh seorang agen HPA.

Di HPA *upline* yang merekrut agen baru untuk dijadikan *downlinenya* tidak mendapat komisi apapun. Tujuan dari perekrutan hanya untuk memperluas jaringan kerjanya. Sehingga si *upline* tadi juga akan mendapat bonus penjualan yang banyak jika jaringannya luas. Sebab, banyak *downlinenya* yang meletakkan pembelanjaan produk-produk HPA ke *upline* tadi.

Dapat dikatakan bahwa kegiatan perekrutan agen baru yang dipraktikkan oleh HPA ini tidak ada unsur *money game*, di mana dalam *money game* bonus didapat dari perekrutan, bukan omzet penjualan produk. Sistem *money game* cenderung menggunakan skema piramida dan orang yang terakhir bergabung akan kesulitan mengembangkan bisnisnya. Dalam bisnis MLM, meskipun dimungkinkan telah memiliki banyak bawahan, tetapi tanpa omzet, tentu saja bonus tidak akan diperoleh.¹⁶

5. Adanya Kebebasan dalam Pembelanjaan dan Penjualan Produk-Produk HPA

Kegiatan pemasaran produk-produk HPA yang ada di Stockis Gang Melati 13 Komplek Sadabuan Kota Padangsidempuan, kebanyakan *downlinenya* langsung membeli secara *offline*, yaitu langsung mendatangi tempat Stockis. Namun, ada juga yang memesannya terlebih dahulu

¹⁶ *Ibid.*

melalui sms atau jejaring sosial kemudian Stockis mengirimkan produk HPA sesuai pesanan *downline* tadi.¹⁷

Mengenai urutan sistem keagenan/ sistem toko HPA yang ada dari terendah ke yang tinggi adalah *downline*, Stockis (STK), Pusat Stockis Daerah (PSD), Kantor Cabang (KC), Warehouse. Dalam HPA menganut konsep kebebasan dalam pembelian dan pemasarannya maka setiap agen bebas dalam mengaplikasikannya.

Mengenai sistem pemasaran, di HPA menggunakan sistem pemasaran berjenjang atau berjaring. Artinya sebelum produk-produk HPA sampai ke tangan konsumen pemakai, produk-produk tersebut telah melalui beberapa agen terlebih dahulu, Namun HPA juga tidak melarang seorang agennya meskipun pangkatnya tinggi untuk langsung melakukan penjualan produk-produk HPA ke konsumen pemakai. Karena HPA menerapkan konsep kebebasan baik dalam pembelian maupun penjualan produk-produknya, baik belanja atau menjual ke agen dalam jaringannya ataupun bukan jaringannya.¹⁸

Namun yang pasti dalam hal ini pembelian produk-produk HPA seorang agen harus belanja ke agen yang pangkatnya minimal satu tingkat di atasnya, dan tidak boleh belanja pada agen lain yang pangkatnya sama.

¹⁷ Wawancara dengan Sailan Harahap, *Op., Cit.*

¹⁸ *Ibid.*

Pada intinya sistem penjualan produk HPA tidak jauh berbeda dengan sistem pemasaran produk-produk sejenis yang diperjualbelikan di toko-toko atau *supermarket*. Hanya saja pada HPA ada bonus belanja dan penjualan yang diberikan kepada para agennya. Selain itu, yang membedakan sistem MLM pada HPA dengan sistem MLM perusahaan lain adalah di HPA para agennya bebas melakukan pembelian ataupun penjualan produk-produk HPA baik ke dalam satu jaringannya maupun jaringan HPA lainnya. Hal itu dikarenakan, HPA menghendaki setiap orang yang bergabung di perusahaannya bisa memiliki kesempatan yang sama untuk sukses.¹⁹

6. Tidak ada Kewajiban Tutup Poin di HPA

Di HPA tidak ada kewajiban Tutup Poin karena belanja 1 poin pun tetap di input dan mendapatkan bonus sehingga tidak ada prestasi yang hilang sedikitpun. Tutup Poin disini adalah melakukan belanja pribadi tiap bulannya minimal sebanyak 300.000 NM.²⁰

Di HPA Tutup Poin sifatnya tidak wajib karena belanja 1 poin pun tetap dihitung dan mendapatkan bonus sehingga tidak ada prestasi yang hilang sedikitpun. Tutup Poin berlaku bagi agen yang ingin mendapat bonus/ komisi tambahan dari perusahaan. Meskipun tidak Tutup Poin, poin agen yang terkumpul dari hasil belanja dan penjualan tidak akan hangus

¹⁹ Wawancara dengan Ayuli Fika Lestari sebagai *downline* HPA, Jumat 04 Mei 2018.

²⁰ *Ibid.*

dan tetap dapat diambil. Hal ini HPA menerapkan prinsip pemerataan kesempatan.

HPA juga menerapkan sikap jujur dalam berbisnis. Itu dibuktikan dari tidak hangusnya poin para agennya sampai Tutup Poin tetap ada dan bisa diambil. Sebab, jika hangus berarti perusahaan memakan harta agennya secara *bathil* dan tidak jujur dalam berbisnis.

Jika diamati maka bonus atau komisi yang diberikan oleh perusahaan HPA kepada agennya baik yang melakukan pembelian atau penjualan didasarkan pada prestasi kerja nyata yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan. Itu artinya komisi/ bonus yang diberikan oleh perusahaan adil karena disesuaikan dengan proporsinya atas usaha seorang agen.

7. Adanya Target Penjualan di HPA

Target penjualan adalah jumlah minimal penjualan produk-produk HPA yang harus dijual oleh seorang agen baik ke sesama agen ataupun ke konsumen pemakai. Target penjualan ini sebagai tolak ukur keberhasilan seorang agen dan juga untuk mengukur loyalitas seorang agen terhadap perusahaan.

Adanya target penjualan ini menurut peneliti dimaksudkan sebagai bentuk motivasi bagi para agen HPA untuk lebih giat dalam memasarkan produk-produk HPA.

8. Adanya Perbedaan Harga Agen dengan Harga Konsumen

Dalam memasarkan produk-produknya, HPA memberlakukan dua macam harga yaitu harga agen dan harga konsumen. Harga agen berlaku atas kegiatan belanja atau penjualan produk HPA yang dilakukan oleh semua sesama agen HPA sendiri. Sedangkan untuk harga konsumen diberlakukan bagi agen yang melakukan penjualan produk HPA ke konsumen pemakai.

Hukum Islam membicarakan banyak masalah teknik jual beli secara terperinci. *Tawliyah* (menjual kembali harga asal yang ditentukan), *wadi'ah* (menjual kembali dengan penurunan harga), *murabahah* (menjual kembali dengan tambahan yang pasti menguntungkan).

Mengenai perbedaan harga yang berlaku di HPA merupakan salah satu aturan yang dibuat oleh layaknya perusahaan dalam mencari keuntungan berbisnis. HPA sendiri tentunya mempunyai alasan tersendiri mengapa menerapkan dua harga yang berlaku bagi para agen dan konsumen.

Mengenai aturan-aturan yang ditetapkan oleh HPA dalam hal penetapan harga, hal itu tidak merusak akad *ju'alah* yang dipraktekkan oleh HPA. Alasannya, aturan merupakan syarat dari keanggotaan MLM. Sementara syarat dalam *mu'amalah* ada tiga macam. Pertama, syarat yang memang dikehendaki oleh akad, seperti mengembalikan barang jika terdapat aib di dalamnya. Kedua, syarat yang tidak ada kaitannya dengan

akad, tetapi di dalamnya mengandung masalah. Ketiga, syarat yang bisa merusak akad, yaitu tidak berkaitan sama sekali dengan akad dan tidak mengandung masalah.

C. *Multi Level Marketing* HPA Menurut Fatwa MUI No :75/DSN/MUI/VII/2009 di Stockis Gang Melati Komplek Sadabuan Kota Padangsidempuan

Saat ini banyak perusahaan yang menggunakan sistem MLM dalam berniaga. Ada yang secara terang-terangan menyebutkan bahwa usahanya termasuk MLM syariah namun ada juga yang tidak menyebutkan secara jelas. Salah satu perusahaan yang dalam sistem kerjanya menggunakan MLM adalah Herba Penawar Alwahida (HPA) yang saat ini telah memiliki banyak jaringan yang tersebar di berbagai wilayah di Indonesia, salah satunya berada di Padangsidempuan.

Bisnis MLM juga dikenal dengan sebutan bisnis penjualan berjenjang yang artinya memasarkan suatu produk melalui para agen-agen khusus yang terlibat dalam suatu jaringan kerja. Praktik bisnis dengan sistem MLM ini banyak sekali peminatnya. Namun di sisi lain banyak dari kalangan akademisi yang memandang remeh MLM dan meragukan kehalalannya. Padahal, di Indonesia saat ini setidaknya terdapat jutaan penduduk yang terlibat aktif dalam industri MLM. Karena syariah Islam harus menjawab semua permasalahan ummatnya, maka kajian tentang hal ini menjadi penting.

DSN-MUI telah menerbitkan fatwa No :75/DSN-MUI/VII/2009 tentang PLBS (Penjualan Langsung Berjenjang Syariah), namun regulasi yang berbentuk UU atau peraturan lain tentang MLM syariah secara khusus memang belum ada.

Dalam fatwa tersebut, DSN-MUI menyebutkan ada 12 persyaratan yang harus dipenuhi oleh sebuah perusahaan MLM untuk bisa dikategorikan sesuai dengan syariah dan berhak mendapatkan Sertifikasi Bisnis Syariah. Adapun ke 12 ketentuan/ persyaratan tersebut adalah sebagai berikut ini:

1. Adanya obyek transaksi riil yang diperjualbelikan berupa barang atau produk jasa

Syarat pertama ini merupakan rukun akad yang harus dipenuhi oleh semua akad, seperti akad *bai'* atau jual beli. Di HPA sudah barang tentu memenuhi ketentuan yang pertama ini. Sebab, di HPA produk-produk yang diperjualbelikan jelas, seperti produk keseharian (sabun dan pasta gigi herbal), produk kecantikan (Teh *Asiatikca Plus*), produk nutrisi (*Sprimadu Kids*, Minyak zaitun), dan produk terapi/ pengobatan (Minyak But-but dan lain-lain).

Ketentuan hukum yang pertama ini bisa menjadi tolak ukur bagi masyarakat yang paling mudah, apabila ada perusahaan yang mengklaim sebagai industri MLM namun perusahaan itu tidak menjual produk barang maupun jasa, maka jelas ini tidak memenuhi prinsip syariah, kemungkinannya perusahaan itu adalah sebuah *money game* atau perjudian.

2. Barang atau produk yang diperdagangkan bukan sesuatu yang diharamkan dan atau yang diperbolehkan untuk sesuatu yang haram

Berdasarkan beberapa dalil yang dimuat dalam fatwa DSN tersebut, utamanya ada 2 hadis riwayat Bukhari-Muslim yang melarang jual beli anjing, khamar, bangkai, babi, patung, jasa paranormal dan pelacuran, maka fatwa tersebut mengharamkan MLM yang menjual produk yang haram atau yang sengaja diperuntukkan sesuatu yang haram.

Dalam implementasinya, MUI mempunyai bagian yang disebut dengan LP POM MUI untuk memberikan sertifikasi Halal pada produk barang yang dijual oleh semua perusahaan di Indonesia, baik yang dijual oleh industri MLM maupun non MLM.

Pada HPA sendiri produk-produk yang dijual sudah tersertifikasi halal dari MUI sehingga layak untuk diperdagangkan ke masyarakat. sebagai contoh:

- Minyak Burung But-but
 Kode Produk: OMB2
 (45/28/10)
 Halal MUI: 1516010910414
 BPOM: TR 165 691501

Masyarakat perlu mengetahui bahwasanya ada Sertifikasi Halal dan ada labelisasi Halal. Sertifikasi diberikan kepada produk tertentu dan tidak dicantumkan pada setiap kemasan produk, sedangkan labelisasi halal dicantumkan pada setiap produk yang dijual kepada konsumen.

3. Transaksi dalam perdagangan tidak mengandung unsur *gharar*, *maysir*, *riba*, *dharar*, *dzulm* dan maksiat

Dalam poin ketiga fatwa ini menjelaskan adanya 6 poin yang terlarang dalam setiap industri MLM, yaitu:

- a. Larangan *gharar* yaitu penjualan sesuatu yang tidak terang rupa dan sifatnya. Ketidakjelasan mungkin terjadi pada harganya, jenis atau spesifikasi barang yang diperjualbelikan. Di HPA sendiri untuk masalah harga sudah jelas baik harga agen maupun harga konsumen.
- b. Larangan *maysir* adalah segala bentuk transaksi yang mengandung unsur untung-untungan, taruhan, yang ketika akad itu terjadi hasil yang akan diperolehnya belum jelas, dalam transaksi tersebut akan ada sebagian pihak yang diuntungkan dan sebagian pihak yang dirugikan. *Maysir* juga berarti sesuatu yang mengandung unsur judi. Pada HPA masalah untung atau bonus/ komisi yang akan diterima oleh seorang agen, baik dalam hal belanja atau menjual produk sudah jelas, baik itu berupa penjelasan langsung dari *upline* saat melakukan pembinaan atau penjelasan dalam buku pedoman keagenan.
- c. Larangan unsur *riba*, dalam MLM seringkali ditemui praktik transaksi yang mengandung unsur *riba* terutama *riba fadhhl* dan *riba nasi'ah* yang juga mengarah kepada kegiatan *Money Game*. *Riba fadhhl* yaitu pertukaran antar barang sejenis dengan kadar atau takaran yang berbeda, sedangkan barang yang dipertukarkan itu termasuk dalam jenis barang

ribawi. Sedangkan riba *nasi'ah* adalah penangguhan atau penerimaan jenis barang ribawi yang dipertukarkan dengan jenis barang ribawi lainnya. Riba *nasi'ah* muncul karena adanya perbedaan, perubahan, tambahan antara yang diserahkan saat ini dan yang diserahkan kemudian.²¹ Uang sendiri termasuk barang ribawi. Jika di HPA juga menerapkan sistem *Money Game*, maka saat agen merekrut *downline* baru tentunya mendapat komisi atas perekrutan tadi. Semakin banyak yang direkrut maka semakin banyak pula komisi yang diterimanya. Dalam praktiknya, di HPA saat ada agen yang merekrut *downline* baru biaya registrasinya hanya sebatas untuk fasilitas *dowline* tadi seperti untuk biaya kartu anggota dan buku pedoman. Sementara agen yang merekrut *downline* baru tidak mendapat komisi sama sekali. Komisi/ bonus di HPA hanya ada pada aktivitas belanja dan penjualan produk saja, sehingga kegiatan bisnis di HPA ini juga terhindar dari masalah riba yang berujung pada kegiatan *Money Game*.

- d. Larangan unsur *dharar* mengacu pada kaidah fiqh “*Tidak boleh membahayakan diri atau orang lain*”. Dalam HPA bisnis yang dijalankan sama sekali tidak menimbulkan unsur bahaya, baik itu produk yang dijual maupun cara kerja para agennya. Karena setiap Agen dibekali dengan buku peraturan keagenan sebagai pedoman dalam

²¹ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010) hlm. 62.

berniaga, sehingga anggapan memakan harta secara *bathil* atau penipuan tidak ada.

- e. Larangan *dzulm* yaitu berlaku sewenang-wenang dan tidak adil. HPA melarang para agennya berlaku semaunya dalam berniaga. Setiap agen diharuskan mematuhi kode etik yang ditetapkan oleh perusahaan.
 - f. Larangan maksiat yaitu tentu saja bergabung dengan HPA bukan merupakan perbuatan maksiat. Karena baik produk yang diperjualbelikan atau cara berbisnisnya didasarkan kepada ketentuan-ketentuan Islam.
4. Tidak ada kenaikan harga/ biaya yang berlebihan (*excessive mark-up*), sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan harga kualitas/ manfaat yang diperoleh

HPA memberlakukan dua macam harga, yaitu harga agen dan harga konsumen. Harga agen sifatnya tetap dalam artian belanja atau dijual kemanapun asalkan itu ke sesama agen HPA harganya tetap. Sedangkan kalau harga konsumen untuk HPA sendiri rata-rata selisih dengan harga agen yang sekitar 15% - 25%. Hal ini berdasarkan survey yang dilakukan oleh peneliti.

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

Salah satu kelebihan dari sistem bonus di HPA adalah mengadopsi keadilan. Artinya siapa yang bekerja dan memiliki prestasi yang lebih baik, maka dialah yang memperoleh penghargaan bonus yang lebih tinggi dari perusahaan.

6. Bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota harus jelas jumlahnya ketika dilakukan transaksi (akad) sesuai dengan target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan oleh perusahaan

Contoh perhitungan:²²

- Status keagenan Stockis/ pangkat PLX maka persen kepangkatan adalah 20%
- Dalam satu bulan mampu Tutup Poin 300 NM
- 1 poin = Rp. 1.000,
- Perhitungan Bonus Pribadi :

$$20\% \times 300 \times \text{Rp. } 1000 = \text{Rp. } 60.000$$

Dapat dikatakan bahwa bonus senilai Rp. 60.000 didapatkan oleh seorang agen yang mampu mengumpulkan sejumlah 300 poin. Tentunya perhitungan semacam itu juga dipengaruhi oleh pangkat dari seorang agen sendiri. Dimana persen (%) pangkat juga menentukan jumlah bonus yang diterimanya.

²² RBO *Radix Business Opportunity*, hlm. 24.

7. Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara regular tanpa melakukan penjualan barang atau jasa

MLM yang tidak menerapkan *system passive income* di dalamnya, biasanya selalu ada kewajiban tutup poin, yakni kewajiban menjual produk bagi setiap agen dalam jumlah tertentu setiap bulannya. Hanya saja bagi masyarakat awam, kewajiban tutup poin ini justru menjadi hal yang dianggap tidak menarik bagi perusahaan MLM itu, tetapi ini merupakan persyaratan yang harus dipenuhi oleh MLM syariah. Menurut peneliti, logikanya adalah jika setiap agen tidak ingin menjual produk, atau agen bisa mendapatkan bonus tanpa harus menjual, dari mana perusahaan akan mendapatkan keuntungan dan membagikan bonus kepada agen? Dengan kata lain MLM syariah biasanya selalu ada kewajiban Tutup Poin atau kewajiban melakukan pembinaan agar tidak terjadi *passive income*.

Di HPA memang tidak ada kewajiban Tututp Poin karena belanja 1 poin pun tetap dilipat dan mendapatkan bonus sehingga tidak ada prestasi yang hilang sedikitpun. Di HPA mengenal target penjualan sebagai tolak ukur keberhasilan agen dan groupnya.

8. Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan *Ighra*²³

Bonus di HPA diartikan sebagai *reward* pembagian keuntungan yang diberikan kepada agen HPA dengan cara pembelian pribadi atau target penjualan produk dalam satu bulan berdasarkan akad *Syariah al-Ju'alah* (akad bonus bersyarat). Bonus yang diberikan oleh HPA kepada para agennya sifatnya bersyarat yang artinya hanya didasarkan pada prestasi kerja nyata yang dilakukan oleh seorang agen. Sementara untuk mendapatkan bonus tersebut setiap agen tidak boleh melanggar ketentuan-ketentuan yang ditetapkan oleh perusahaan.

9. Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dan anggota kedua

Mengukur ada atau tidak adanya eksploitasi dalam pembagian bonus MLM merupakan hal yang tidak mudah, tetapi untuk bisa dipahami secara mudah, khususnya bagi orang yang pada umumnya belum melirik kepada industri MLM, secara umum ada atau tidaknya eksploitasi dapat diketahui dari *marketing-plannya*. Sebagai salah satu tolak ukurnya adalah jika *marketing plannya* memberikan peluang kepada setiap anggota yang mendaftar lebih dulu pasti mendapatkan bonus yang lebih besar, maka ini adalah salah satu bentuk eksploitasi yang dilarang, kemungkinan besarnya

²³ *Ighra* adalah daya tarik luar biasa yang menyebabkan orang lalai terhadap kewajibannya demi melakukan hal-hal atau transaksi dalam rangka memperoleh bonus atau komisi yang dijanjikan. Fatwa DSN MUI No :75/DSN-MUI/VII/2009.

MLM tersebut tidak dapat memenuhi fatwa ini, sehingga belum dapat dikategorikan sebagai MLM syariah.

HPA dikembangkan dengan *System Halal Network* berbasis syariah. Jenjang bonus dan pangkat diatur secara jelas. Setiap agen mempunyai kesempatan untuk berkembang yang sama. Tidak ada istilah yang daftar awal pasti lebih untung dari pada yang daftar terakhir.²⁴

10. Sistem perekrutan keanggotaan, bentuk penghargaan dan acara seremonial yang dilakukan tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan aqidah, syariah, dan akhlak mulia, seperti syirik, kultus, maksiat dan lain-lain

Kebanyakan MLM sering mengadakan berbagai pertemuan/ *event* mulai dari presentasi peluang usaha, pemberian penghargaan, *training* dan pembinaan anggota, *touring* sebagai insentif dan lain-lain.

HPA sendiri sering mengadakan acara yang diisi dengan kegiatan seperti penggalangan dana sosial untuk Palestina dan pembagian *reward* untuk puluhan agen HPA yang berprestasi. Juga pembagian *doorprize* yang keren-keren. Mulai dari kaos, tas, ponsel, sepeda motor, emas.²⁵ Untuk pembagian *doorpize* nya sendiri berdasarkan pada undian kupon. Di mana kupon itu bisa didapatkan secara gratis oleh setiap agen.

²⁴ Wawancara dengan Hotnida sebagai *downline* HPA, Jumat 04 Mei 2018.

²⁵ Wawancara dengan Susi Susanti sebagai *downline* HPA, Jumat 04 Mei 2018.

Jadi dapat dinyatakan bahwa acara seremonial HPA tersebut tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan aqidah, syariah dan akhlak mulia seperti syirik, kultus dan maksiat. Namun acaranya mengarah kepada sosial dan wujud ungkapan terima kasih perusahaan kepada agennya yang berprestasi.

11. Setiap mitra usaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya tersebut

Beruntung seorang agen yang menjadi *downline* di HPA. Karena sistem mengharuskan *upline* membina dan mensukseskan mitra di bawahnya. Tidak akan pernah sukses seorang *leader* tanpa mitra di bawahnya juga sukses.

Untuk stockis Gang Melati 13 Komplek Sadabuan Kota Padangsidempuan sendiri, bentuk pembinaannya berupa *home sharing* yaitu berkaitan tentang bagaimana strategi pemasaran produk yang benar dan cepat mendapat penghasilan, cara membuka agen, pengetahuan tentang produk-produk HPA serta tata cara terapi ala *Thibunnabawi*.²⁶

12. Tidak melakukan kegiatan *Money Game*

HPA dalam praktik bisnisnya terutama saat merekrut anggota baru, tidak ada komisi yang masuk ke kantong *upline*. Biaya registrasi

²⁶ Wawancara dengan Sailan Harahap sebagai Pemilik Stockis HPA Gang Melati 13 Komplek Sadabuan Kota Padangsidempuan, Jumat 04 Mei 2018.

hanya sebagai alat tukar bagi *downline* untuk memperoleh fasilitas di HPA seperti kartu anggota, buku panduan, maupun katalog. Selain itu produk yang diperjualbelikan di HPA juga jelas, dapat dipindah tangankan serta layak untuk diperjualbelikan karena telah mendapat sertifikasi halal MUI dan izin dari Dinas Kesehatan RI. Jadi dalam mempraktikkan bisnisnya, HPA bebas dari unsur *money game*.

D. Analisis Herba Penawar Al-Wahida (HPA) Dalam Perspektif Fatwa MUI No. :75/DSN-MUI/VII/2009

Setelah mengetahui sistem yang ada di HPA, sebagaimana yang dipraktikkan oleh para pelaku bisnis tersebut, maka dapat diketahui bagaimana kedudukan hukum bisnis tersebut. HPA sebagai salah satu bentuk muamalah di Indonesia, dalam pelaksanaannya harus berpedoman kepada sejumlah aturan hukum yang berlaku di Indonesia baik itu Undang-undang, maupun Fatwa MUI. Dalam menjalankan bisnisnya, HPA melakukan penjualan produk berupa makanan, minuman, kosmetik dan produk lainnya.

Dalam Fatwa MUI No. :75/DSN-MUI/VII/2009 pada ketentuan yang pertama, dinyatakan bahwa “Adanya obyek transaksi riil yang diperjualbelikan berupa barang atau produk jasa”. Maka dalam hal ini, HPA telah memenuhi syarat dalam ketentuan tersebut yaitu barangnya berupa makanan, minuman, kosmetik dan lain-lain.

Dilihat dari ketentuan hukum atau fatwa yang dikeluarkan MUI No. :75/DSN-MUI/VII/2009 pada ketentuan hukum kedua, dinyatakan bahwa “Barang atau produk jasa yang dipergunakan bukan sesuatu yang diharamkan dan atau yang dipergunakan untuk sesuatu yang haram”. Dari hal tersebut HPA menyediakan barang berupa makanan, minuman, kosmetik dan lain-lain. Barang HPA tersebut sangat berguna untuk pengobatan dan produk tersebut terdapat label halal. Maka hal tersebut sesuai dengan fatwa MUI pada ketentuan hukum yang berlaku.

Pada ketentuan hukum poin ketiga menyatakan bahwa “Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur *gharar* (penipuan), *maysir* (perjudian), *riba* (sistem bunga), *dharar* (bahaya), *dzulm* (merugikan hak orang lain), maksiat”. Dalam bisnis HPA ini, menurut peneliti dari hasil penelitian yang dilakukan dalam bisnis HPA tidak ditemukan unsur-unsur tersebut. Maka hal tersebut telah sesuai dengan fatwa MUI pada ketentuan hukum ketiga.

Dalam fatwa MUI No. :75/DSN-MUI/VII/2009 pada ketentuan hukum poin keempat menyatakan bahwa “Tidak ada kenaikan harga atau biaya yang berlebihan (*excessive mark-up*), sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas atau manfaat yang diperoleh”. Dilihat dari ketentuan tersebut, seseorang yang ingin bergabung dengan HPA tidak dikenakan biaya ataupun gratis. Tetapi seseorang berinvestasi sebesar Rp. 30.000, yang berlaku selamanya. Dengan investasi ini, seseorang baru

tersebut dapat menggunakan sistem komputerisasi HPA Internasional, mendapat diskon harga produk, menjualnya dan mendapatkan bonus sesuai dengan pangkat dan aturan yang telah ditetapkan.

Dengan menjadi agen, maka ia mendapatkan kesempatan juga untuk mengikuti seminar ataupun pelatihan yang dilaksanakan oleh HPA. Oleh karena itu telah sesuai dengan fatwa MUI pada ketentuan hukum poin keempat.

Fatwa MUI No. :75/DSN-MUI/VII/2009 pada ketentuan hukum poin kelima menyatakan bahwa “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 ini HPA memberikan komisi atau bonus berdasarkan prestasi kerja bukan berdasarkan jumlah *downline*. Dengan demikian, hal tersebut telah sesuai dengan fatwa MUI pada ketentuan hukum yang kelima.

Fatwa MUI No. :75/DSN-MUI/VII/2009 pada ketentuan hukum poin keenam menyatakan bahwa “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”. Dari segi pembagian bonus yang diberikan oleh HPA kepada anggotanya, HPA sudah mempunyai

ketentuan. Semisal ketika seorang anggota HPA dapat melakukan penjualan barang berupa minuman maka orang yang menjualkan barang tersebut mendapatkan keuntungan sebesar Rp. 1000.000. Dapat diambil kesimpulan bahwa ketentuan hukum MUI pada poin keenam ini, sesuai dengan yang dipraktikkan dalam HPA.

Fatwa MUI No. :75/DSN-MUI/VII/2009 pada ketentuan hukum poin ketujuh menyatakan bahwa “Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara regular tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa”. Dari keterangan pelaku bisnis HPA, Hotnida menyatakan “ketika *Upline, downline* atau konsumen tidak melakukan transaksi apapun baik dalam pembelian produk untuk dikonsumsi pribadi maupun penjualan produk ke konsumen maka tidak akan mendapatkan komisi atau bonus dari perusahaan, karena di HPA pemberian komisi atau bonus itu berdasarkan prestasi kerja nyata”. Maka dari hal tersebut sistem bisnis yang ada dalam HPA sesuai dengan fatwa MUI pada ketentuan yang ketujuh.

Fatwa MUI No. :75/DSN-MUI/VII/2009 pada ketentuan hukum poin kedelapan menyatakan bahwa “Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan *ighra*’”. Dalam fatwa MUI *ighra*’ diartikan daya tarik luar biasa yang menyebabkan orang lalai terhadap kewajibannya demi melakukan hal-hal atau transaksi dalam rangka memperoleh bonus atau komisi yang dijanjikan. Menurut

peneliti, dari hasil penelitian yang dilakukan, meskipun dalam HPA terdapat bonus atau komisi yang diberikan oleh perusahaan kepada anggotanya besar, tetapi peneliti sangat yakin bahwa bisnis tersebut bukanlah bisnis MLM yang sembarangan dan bisnis HPA ini sangat menguntungkan. Dengan demikian hal tersebut sesuai dengan fatwa MUI pada ketentuan hukum poin kedelapan.

Fatwa MUI No. :75/DSN-MUI/VII/2009 pada ketentuan hukum poin kesembilan menyatakan bahwa “Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dengan anggota berikutnya”. Dari hasil penelitian yang dilakukan, anggota HPA mengatakan bahwa orang yang di atasnya mendapatkan bonus dari hasil yang dilakukan orang di bawahnya dalam tahap yang wajar, tidak sampai dengan eksploitasi. Maka hal ini sesuai dengan ketentuan hukum pada poin yang kesembilan.

Fatwa MUI No. :75/DSN-MUI/VII/2009 pada ketentuan hukum poin kesepuluh menyatakan bahwa “Sistem perekrutan keanggotaan, bentuk penghargaan dan acara seremonial yang dilakukan tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan aqidah, syariah, dan akhlak mulia, seperti syrik, kultus, maksiat dan lain-lain”. Dalam perekrutan keanggotaan HPA, seseorang akan dijelaskan terlebih dahulu tentang HPA dan produk-produk yang ditawarkan. Ketika seseorang tidak berminat untuk mengikuti bisnis tersebut maka tidak ada paksaan untuk bergabung

dengan HPA. Dengan demikian hal tersebut sesuai dengan fatwa MUI pada ketentuan hukum yang kesepuluh.

Fatwa MUI No. :75/DSN-MUI/VII/2009 pada ketentuan hukum poin kesebelas menyatakan bahwa “Setiap mitra usaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya tersebut”. Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan, terdapat anggota HPA yang melakukan pembinaan terhadap anggotanya yang ada di bawahnya agar sukses dalam melakukan bisnis ini, disebut dengan istilah *home sharing*. Maka hal tersebut sesuai dengan Fatwa MUI pada ketentuan hukum yang kesebelas.

Fatwa MUI No. :75/DSN-MUI/VII/2009 pada ketentuan hukum poin keduabelas menyatakan bahwa “Tidak melakukan kegiatan *money game*”. Dalam Fatwa MUI *money game* adalah kegiatan penghimpunan dana masyarakat atau penggandaan uang dengan praktik memberikan komisi dan bonus dari hasil perekrutan atau pendaftaran mitra usaha yang baru atau 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 atau kualitas yang dapat dipertanggungjawabkan.

Dari fatwa dan pengertian tentang *money game* tersebut, dapat dipahami bahwa HPA tidak memberikan bonus atau komisi dari hasil

perekrutan anggotanya. Dapat diambil kesimpulan bahwa hal tersebut sesuai dengan fatwa MUI pada ketentuan yang keduabelas.

Dari ketentuan-ketentuan yang terdapat dalam Fatwa MUI menurut peneliti, pelaksanaan *Multi Level Marketing* Herba Penawar Al-Wahida (HPA) di Stockis Gang Melati 13 Komplek Sadabuan Kota Padangsidempuan dibolehkan karena tidak ada unsur *gharar*, *maysir*, *riba*, *dzulm dan* *maksiat*. Selain itu produknya halal sebab terbuat dari tumbuh-tumbuhan alami, etika dalam penjualan tidak ada kebohongan, sehingga sesuai dengan Fatwa MUI No :75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).

BAB V

PENUTUPAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti, dapat disimpulkan bahwa:

1. *Multi Level Marketing* adalah sistem penjualan yang mengandalkan penjualan langsung (*Direct selling*) melalui jaringan distributornya yang berbentuk secara berantai, di mana setiap distributor yang merekrut dan direkrut selalu ada kaitan perhitungan komisi dan bonus.
2. Sistem *Multi Level Marketing* syariah Herba Penawar Al-wahida (HPA) yaitu sistem yang memakai pemberian bonus secara berjenjang dan dalam transaksinya menggunakan akad *ju'alah* (bonus bersyarat). Yaitu menjanjikan imbalan tertentu kepada agennya atas prestasi kerja nyatanya.
3. Pelaksanaan *Multi Level Marketing* Herba Penawar Al-Wahida (HPA) di Stockis Gang Melati 13 Komplek Sadabuan Kota Padangsidimpuan dibolehkan karena tidak ada unsur *gharar*, *maysir*, *riba*, *dzulm* dan *maksiat*. Selain itu produknya halal sebab terbuat dari tumbuh-tumbuhan alami, etika dalam penjualan tidak ada kebohongan, sehingga sesuai dengan Fatwa MUI No :75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).

B. Saran-saran

1. Kepada pelaku muamalah hendaknya bertransaksi sesuai dengan syariat Islam.
2. Kepada pemerintah yang berwenang memberikan penyuluhan kepada masyarakat tentang bermualah khususnya *Multi Level Marketing* syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustino. 2002. *Prospek MLM Syari'ah di Indonesia*. Jakarta_.
- Ahmad Mardalis & Nur Hasanah. 2006. *Multi Level Marketing (MLM) Perspektif Ekonomi Islam* dalam Falah Jurnal Ekonomi Syariah Vol. 1, No. 1 Februari.
- Alma Buchari. 2003. *Dasar-dasar Etika Bisnis Islami*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Arikuntoro Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bungin Burhan. 2001. *Metodologi Penelitian Sosial, Format-format Kuantitatif dan Kualitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Castrawijaya Cecep. 2013. *Etika Bisnis MLM Syariah*. Tangerang Selatan: LPSI.
- D. Purnomo Serfianto. 2011. *Multi Level Marketing Money Game dan Skema Piramida*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Dewi Gemala, dkk. 2005. *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*. Jakarta: Kencana Persada Media Group.
- Hadi Sutrisno. 2002. *Metodologi Research Jilid I*. Yogyakarta: Yayasan Penerbit Psikologi UGN.
- Hafidz Abdurrahman dan Yahya Abdurrahman. 2015. *Bisnis & Muamalah Kontemporer*. Bogor: Al-Azhar Freshzone.
- Harefa Andreas. 1999. *10 Kiat Sukses Distributor MLM*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Himpunan Fatwa Majelis Ulama Indonesia Sejak 1975*. 2011. Jakarta: Erlangga.
- Ibrahim Jabbar. 2009. *MLM Bikin Saya Kaya Raya*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- J. Maleong Lexy. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- K Lubis Suhrawardi. 2004. *Hukum Ekonomi Islam*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Kreator Kaskus. *5 Perusahaan MLM Terbesar yang Masih Tetap Eksis di Indonesia*. Diakses dari <http://m.kaskus.co.id>, pada Kamis 03 Mei 2018.

- Kuswara. 2005. *Mengenal MLM Syariah*. Tangerang: Amal Actual.
- Mardalis. 1999. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Muhammad. 2007. *Aspek Hukum Dalam Muamalat*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Pabundu Tika Moh. 2006. *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Peraturan Presiden Nomor 151 Tahun 2014 Tentang Bantuan Pendanaan Kegiatan Majelis Ulama Indonesia.
- RBO Radix Business Oportunity International.
- Rustiawan. *Daftar List MLM Syariah*. Diakses dari <http://www.hpa-network.com>, pada Kamis 03 Mei 2018.
- Sehat Griya. *Rumah sehat Herba Penawar Al-Wahida*. Diakses dari <http://griyasehat91.blogspot.co.id> Pada Rabu, 02 Mei 2018.
- Sumarsono Sonny. 2010. *Kewirausahaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Starterkit PT. Alwahid Marketing International, *Profil Perusahaan*.
- Syamhudi Kholid. 2010. *Siapa Bilang MLM Haram?!*. Bogor: Pustaka darul Ilmi.
- Tarmizi Erwandi. 2016. *Harta Haram Muamalat Kontemporer*. Bogor: PT Berkat Mulia Insani.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi III. Jakarta: Balai Pustaka.
- Tyas Kuncoro Anis. 2009. *Konsep Bisnis Multi Level Marketing Dalam Perspektif Ekonomi Syariah*. Jakarta: Sultan Agung.
- Umar Husain. 2009. *Metodologi untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Wahyudi Firman. 2014. *Multi Level Marketing Dalam Kajian Fiqh Muamalah* dalam Al-Banjari Vol. 13, No. 2, Juli-Desember.
- Yahya Muchtar. 1997. *Dasar-dasar Pembinaan Hukum Fiqh Islam*. Bandung: PT. Alma'arif.
- Yosup Boni Supriyadi. 2017. *Apa Salah MLM*. Jakarta: Pustaka al-Kautsar.

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

A. Tentang Herba Penawar Al-Wahida (HPA)

1. Apa yang anda ketahui tentang HPA?
2. Bagaimana cara melakukan transaksi dalam bisnis HPA?
3. Produk apa saja yang ditawarkan HPA kepada anggotanya?
4. Apa saja manfaat dari produk HPA itu?
5. Bagaimana anda yakin produk HPA itu halal?
6. Bagaimana cara downline memperoleh produk HPA?
7. Apa saja yang menjadi kegiatan dalam bisnis HPA ini?
8. Apa yang menjadi pembeda antara bisnis HPA dengan bisnis lainnya?
9. Bagaimana cara HPA memperkenalkan produknya kepada masyarakat?

B. Tentang *Member*/ Keanggotaan

1. Bagaimana anda pertama kali bergabung dalam HPA?
2. Apa motivasi anda mengikuti HPA?
3. Bagaimana cara mendaftarkan orang yang ingin bergabung dalam bisnis HPA?
4. Bagaimana cara pengembangan jaringan anda?
5. Apakah anda melakukan pembinaan terhadap anggotanya?
6. Bagaimana posisi anda dalam HPA sekarang ini?

C. Pembagian Bonus dan Komisi

1. Apakah ada bonus yang diberikan ? Bagaimana sistem pembagiannya?
2. Apakah ada komisi yang diberikan ? Bagaimana sistem pembagiannya?

3. Dalam HPA, apa yang menjadi tolak ukur pemberian bonusnya?
4. Apakah pemberian bonus sama dengan bonus orang lain?
5. Apakah anda merasakan ketidakadilan dalam pemberian bonus oleh perusahaan HPA?
6. Ketika *downline* anda pasif, tidak melakukan transaksi, apakah ada bonus atau komisi yang diperolehnya?
7. Apakah bonus yang diberikan sama dengan bonus yang di atasnya?

Fatwa DSN No. 75/DSN-MUI/VII/2009

Berdasarkan hasil Ijtima tanggal 25 Juli 2009 M/ 3 Sya'ban 1430

H Memutuskan Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah bahwa:

Memperhatikan : a. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan

No. 73/MPP/Kep/3/2000 tanggal 20 Maret 2000

tentang Ketentuan Kegiatan Usaha Penjualan

Berjenjang;

b. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan

No. 289/MPP/Kep/10/2001 BAB VIII Pasal 22

tentang Ijin Usaha Penjualan Berjenjang;

c. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia

Nomor 36/M-DAG/PER/9/2007 tentang Penerbitan

Surat Izin Usaha Perdagangan;

d. Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor

32/MDAG/PER/2008 tanggal 21 Agustus 2008

tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha

Perdagangan dengan Sistem Penjualan Langsung.

MEMUTUSKAN

MENETAPKAN : FATWA TENTANG PEDOMAN PENJUALAN

LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH

Pertama : 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 sistem 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 hal-hal atau transaksi dalam rangka memperoleh bonus atau komisi yang dijanjikan.
- i. *Money Game* adalah kegiatan penghimpunan dana masyarakat atau penggandaan 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 marjin laba yang berlebihan yang dikaitkan dengan hal-hal lain di luar biaya.
- k. *Member get member* adalah strategi perekrutan keanggotaan baru PLB yang dilakukan oleh anggota yang telah terdaftar sebelumnya.
- l. Mitra Usaha/ *Stockist* adalah pengecer/ *retailer* yang menjual/ memasarkan produk-produk penjualan langsung.

^Kedua : Ketentuan Hukum

- a. Adanya objek transaksi riil yang diperjualbelikan berupa barang atau produk jasa. Objek PLBS ini bisa apa saja asal halal, namun akan lebih bermanfaat dan tidak menimbulkan banyak polemic ketika objek PLBS ini berupa kebutuhan pokok atau produk yang sering kita pergunakan sehari-hari.
- b. Barang atau produk jasa yang diperdagangkan bukan sesuatu yang diharamkan dan atau yang dipergunakan untuk sesuatu yang haram.
- c. Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur gharar (ketidakpastian), maysir (perjudian), riba (bunga/ rente), dharar (tidak bermanfaat), dzulm (kezaliman) dan maksiat.
- d. Tidak ada kenaikan harga/ biaya yang berlebihan (*excessive mark-up*), sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas/ manfaat yang diperoleh. *Excessive Mark-Up* adalah batas marjin laba yang berlebihan yang dikaitkan dengan hal-hal lain di luar biaya.
- e. 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 langsung barang atau produk jasa, dan harus menjadi pendapatan utama mitra usaha dalam PLBS. Jadi besarnya komisi tidak ditentukan berdasarkan masuknya uang iuran keanggotaan.

- f. Yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) harus jelas jumlahnya ketika dilakukan transaksi (akad) sesuai dengan target penjualan barang jasa yang ditetapkan oleh perusahaan. Bonus merupakan tambahan imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra usaha atas penjualan, karena berhasil melampaui target penjualan barang dan atau jasa yang ditetapkan perusahaan.
- g. Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara regular tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa.
- h. Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan *ighra'*, yaitu daya tarik luar biasa yang menyebabkan orang lalai terhadap kewajibannya demi melakukan hal-hal atau transaksi dalam rangka memperoleh bonus/ komisi yang dijanjikan.
- i. Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan (dzulm) dalam pembagian bonus antara anggota pertama dengan anggota berikutnya.
- j. Sistem perekrutan keanggotaan, bentuk penghargaan dan acara seremonial yang dilakukan tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan aqidah, syariah dan akhlak mulia, seperti syirik, kultus, maksiat dan lain-lain.

- k. Setiap mitra usaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya tersebut.
- l. Tidak melakukan kegiatan *money game*.

Ketiga : Ketentuan Akad

Akad-akad yang dapat dihunahkan dalam PLBS adalah :

- a. Akad Bai’/ Murabahah merujuk kepada substansi Fatwa No. 4/DSN-MUI/IV/2000 tentang Murabahah: Fatwa No. 16/DSN-MUI/IX/2000 tentang Diskon dalam Murabahah;
- b. Akad Wakalah bil Ujrah merujuk kepada substansi Fatwa No. 52/DSN-MUI/III/2006 tentang Wakalah bil Ujrah pada Asuransi dan Reasuransi Syariah;
- c. Akad Ju’alah merujuk kepada substansi Fatwa No. 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang Akad Ju’alah;
- d. Akad Ihjarah merujuk kepada substansi Fatwa No. 9/DSN-MUI/IV/2000 tentang Pembiayaan Ijarah.

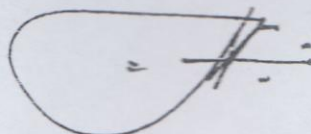
Akad-akad lain yang sesuai dengan prinsip syariah setelah dikeluarkan fatwa oleh DSN-MUI.

2. Fatwa ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan jika di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan, akan diubah dan disempurnakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Jakarta
Pada tanggal : 3 Sya'ban 1430 H
25 Juli 2009 M

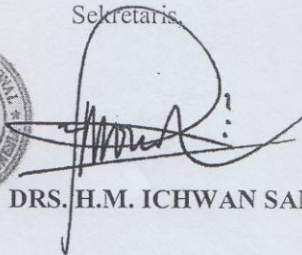
DEWAN SYARI'AH NASIONAL
MAJELIS ULAMA INDONESIA

Ketua,



DR. K.H. M.A. SAHAL MAHFUDH

Sekretaris,



DRS. H.M. ICHWAN SAM

DOKUMENTASI









