

Penerapan Pemasaran Produk dengan Sistem Multilevel Berbasis Syariah pada PT Mahkota Sukses Indonesia (Msi) Dihubungkan dengan Fatwa Dsn-Mui Nomor 75/Dsn/Mui/Vii/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah

Yasyfa Nadhirah*

Prodi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*yasyfanadhirah1@gmail.com

Abstract. . PT MSI is one of the companies whose business is engaged in marketing

products that use a multilevel system or in stages. The products it markets are halal-certified but marketing with a multilevel system that is run is not sharia-based. This study aims to understand the application of marketing halal-certified products with a multilevel system at PT Mahkota Sukses Indonesia in relation to DSN-MUI Fatwa Number 75/DSN/MUI/VII/2009 concerning Guidelines for Sharia Leveled Direct Sales, and the legal consequences of marketing halal-certified products with direct sales with a conventional-based multilevel system. This research uses a normative juridical approach method with descriptive analytical research specifications and qualitative analysis with a statutory approach. The implementation of marketing halal-certified products with a multilevel system at PT Mahkota Sukses Indonesia has not been implemented in accordance with Islamic law as multilevel marketing in accordance with Islamic law is regulated in the DSN-MUI fatwa Number 75/DSN/MUI/VII/2009 concerning Guidelines for Sharia Leveled Direct Sales. The legal consequences of marketing halal-certified products with direct sales with a conventional multilevel system for multilevel marketing members at PT MSI, especially those who are Muslims, marketing products that are in accordance with Islamic law.

Keywords: *Multilevel Marketing, Sharia-based, Halal Products.*

Abstrak. PT MSI merupakan salah satu perusahaan yang usahanya bergerak di bidang pemasaran produk yang menggunakan sistem multilevel atau secara berjenjang. Produk yang dipasarkannya sudah bersertifikasi halal namun pemasaran dengan sistem multilevel yang dijalankan belum berbasis syariah. Penelitian ini bertujuan untuk memahami penerapan pemasaran produk yang bersertifikasi halal dengan sistem multilevel di PT Mahkota Sukses Indonesia dihubungkan dengan Fatwa DSN-MUI Nomor 75/DSN/MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah, dan akibat hukumnya terhadap pemasaran produk yang sudah bersertifikasi Halal dengan penjualan secara langsung dengan sistem multilevel berbasis konvensional. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan yuridis normatif dengan spesifikasi penelitian deskriptif analitis dan analisis secara kualitatif dengan pendekatan peraturan perundang-undangan. Hasil penelitian menunjukkan 1. Penerapan pemasaran produk yang bersertifikasi halal dengan sistem multilevel di PT Mahkota Sukses Indonesia belum dilaksanakan sesuai dengan syariat Islam sebagaimana mengenai multilevel marketing yang sesuai syariat Islam diatur dalam fatwa DSN-MUI Nomor 75/DSN/MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah. Akibat hukum terhadap pemasaran produk yang sudah bersertifikasi halal dengan penjualan secara langsung dengan sistem multilevel konvensional bagi anggota multilevel marketing di PT MSI khususnya yang beragama Islam, pemasaran produk yang dilakukan secara multilevel konvensional, belum memenuhi syariat Islam, dimana skema pembagian bonus kepada member yang menurut Islam tidak dibolehkan. Secara syariat Islam rezeki yang diterima dan dimakan oleh member tersebut tidak mendapatkan keridhoan dan keberkahan dari Allah SWT.

Kata Kunci: *Pemasaran Multilevel, Berbasis Syariah, Produk Halal.*

A. Pendahuluan

Ketentuan peraturan perundang-undangan tentang perekonomian disebutkan pada Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Pasal 33 ayat ayat (4) menyatakan bahwa perekonomian nasional diselenggarakan berdasarkan atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional. Salah satu aspek dalam melaksanakan demokrasi ekonomi ialah melakukan kegiatan perdagangan, yang merupakan penggerak utama dalam pembangunan perekonomian nasional yang dapat memberikan daya dukung dalam meningkatkan produksi dan pemerataan pendapatan serta memperkuat daya saing Produk Dalam Negeri.

Perdagangan dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, selanjutnya disingkat dengan UU Perdagangan, dilakukan melalui salah satu kegiatan yaitu distribusi yang menurut Pasal 1 angka 11 menyebutkan distribusi adalah kegiatan penyaluran Barang secara langsung atau tidak langsung kepada konsumen. Selanjutnya dalam Pasal 7 ayat (1) UU Perdagangan, menyebutkan distribusi barang yang diperdagangkan di dalam negeri secara tidak langsung atau langsung kepada konsumen dapat dilakukan melalui Pelaku Usaha Distribusi. Pada Pasal 7 ayat (3) UU Perdagangan, disebutkan pula bahwa distribusi barang secara langsung dilakukan dengan menggunakan pendistribusian khusus melalui sistem penjualan langsung secara single level atau multilevel. Penelitian ini akan difokuskan kepada pendistribusian barang secara langsung yang dilakukan dengan menggunakan pendistribusian khusus melalui sistem penjualan langsung secara multilevel.

Dimaksud dengan penjualan langsung secara multilevel adalah penjualan barang tertentu melalui jaringan pemasaran berjenjang yang dikembangkan oleh mitra usaha yang bekerja atas dasar komisi dan/atau bonus berdasarkan hasil penjualan Barang kepada konsumen. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 29 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan, selanjutnya disingkat dengan PP No. 29/2021, sebagai peraturan pelaksanaan dari UU Perdagangan, dalam Pasal 43 ayat (1) menyebutkan bahwa perusahaan yang melakukan kegiatan distribusi barang dengan sistem penjualan langsung harus memenuhi kriteria a. memiliki Hak Distribusi Eksklusif terhadap barang yang akan didistribusikan melalui penjualan secara langsung; b. memiliki program pemasaran; c. memiliki kode etik; d. melakukan perekrutan penjual langsung melalui sistem jaringan; dan e. melakukan penjualan barang secara langsung kepada konsumen melalui jaringan pemasaran yang dikembangkan oleh penjual langsung.

Berkaitan dengan perdagangan dengan sistem multi level yang sesuai dengan syariat Islam, DSN-MUI menerbitkan Fatwa DSN-MUI Nomor 75/DSN/MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Lansung Berjenjang Syariah, selanjutnya disingkat dengan Fatwa DSN-MUI No. 75/2009. Fatwa DSN-MUI No. 75/2009 menetapkan bahwa praktik penjualan secara langsung yang dilakukan melalui sistem multi level (multi tingkat/berjenjang) yang memenuhi syariat Islam adalah obyek transaksi riil yang diperjualbelikan berupa barang atau produk jasa; barang atau produk jasa yang diperdagangkan bukan sesuatu yang diharamkan dan atau yang dipergunakan untuk sesuatu yang haram; dan transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur gharar, maysir, riba, dharar, dzulm, maksiat.

Selanjutnya praktik penjualan secara langsung yang dilakukan melalui sistem multi level (multi tingkat/berjenjang) yang memenuhi syariat Islam menurut fatwa tersebut yaitu tidak ada harga/biaya yang berlebihan (*excessive mark-up*) sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas/manfaat yang diperoleh; tidak ada harga/biaya yang berlebihan (*excessive mark-up*), sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas/manfaat yang diperoleh; 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 penjualan langsung berjenjang syariah; tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa; pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan *ighra'*.

Fatwa DSN MUI nomor 75 tahun 2009 berkaitan dengan penjualan langsung berjenjang syariah termasuk di dalamnya MLM, terdapat hujjah-hujjah atau dalil-dalil hukum yang menjadi dasar rumusan fatwa. Dalil-dalil yang disampaikan mulai dari Alquran, Hadits dan Kaidah Fiqh yang berkaitan dengan tatacara bertransaksi dan bermuamalah yang sesuai dengan syariat Islam. Diantara dalil Alquran yang mendasari Fatwa DSN MUI tersebut dalam Al-Quran Surat An-Nisa'(4) ayat 29 yang artinya:

”Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

Pada kenyataannya, beberapa perusahaan yang dalam kegiatan usahanya melakukan penjualan atau perdagangan secara langsung dengan sistem multilevel, sudah dilaksanakan dengan berbasis syariah, yaitu PT Singa Langit Jaya (TIENS), PT Melia Sehat Sejahtera, dan PT Orindo Alam Ayu (ORIFLAME). Meskipun demikian terdapat juga perusahaan yang dalam kegiatan usahanya melakukan penjualan atau perdagangan secara langsung dengan sistem multilevel, namun belum dilaksanakan sesuai Fatwa DSN-MUI No. 75/2009, hal mana hubungan hukum antar penjual secara berjenjang belum dilaksanakan secara syariah. Perusahaan tersebut yaitu PT Mahkota Sukses Indonesia (PT MSI), merupakan salah satu perusahaan swasta di Indonesia yang didirikan oleh H. Muhammad Daud asal Lampung pada tanggal 4 Juli 2014, dan berkantor pusat di Sidoarjo, Jawa Timur. Produk Bergerak di bidang perdagangan produk perawatan kesehatan dan kecantikan yang diberi label produk bernama MSI. Produk-produk MSI yang dijual kepada konsumen juga sudah mempunyai sertifikasi halal dengan Sertifikat Nomor 00150111011120. Namun, pola penjualan produk yang dilakukan secara langsung dengan berjenjang atau multilevel, belum mempunyai sertifikasi legal tentang MLM secara Syariah namun masih MLM Konvensional namun pemenuhan MLM nya sudah berbasis Syariah atau menerapkan nilai-nilai yang islamic.

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan dalam menambah wawasan dan pengetahuan ilmu hukum khususnya di bidang Hukum Ekonomi Islam.

B. Metodologi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan melalui metode penelitian Peter Mahmud Marzuki, bahwa penelitian hukum sebagai suatu proses yang menemukan aturan hukum, prinsip hukum maupun doktrin hukum guna menjawab isu-isu hukum yang dihadapi. Sehubungan dengan itu jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan yuridis normatif. Pendekatan yuridis normatif adalah “suatu pendekatan yang mengacu pada hukum dan peraturan perundang-undangan yang berlaku”. Penelitian ini peneliti menggunakan Metode Normatif Yuridis yaitu penelitian yang berdasarkan kepada bahan pustaka atau data sekunder seperti buku-buku, peraturan perundang-undangan dan dokumen lain yang berhubungan dengan akad Wakalah Bil Ujah dalam pemasaran produk halal dengan sistem Multi Level Marketing di Indonesia.

Menurut Cohen & Olsen bahwa hukum primer merupakan semua aturan tertulis yang ditegakkan oleh negara dan semua dapat ditemukan dalam putusan pengadilan yang tetap, undang-undang yang ditetapkan parlemen, keputusan dan peraturan eksekutif, serta putusan hukum dari agen administrasi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Undang-Undang Dasar 1945, Undang-undang Nomor 7 tahun 2014 tentang perdagangan, Peraturan Pemerintah Nomor 43 Tahun 2020 tentang perubahan atas Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2020 tentang pelaksanaan program pemulihan ekonomi nasional dalam rangka mendukung kebijakan keuangan negara untuk penanganan pandemi Covid-19 dan/atau menghadapi ancaman yang membahayakan perekonomian nasional dan/atau stabilitas sistem keuangan serta penyelamatan ekonomi nasional, Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2021 tentang eksportir dan importir, Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 29 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan bidang perdagangan.

Bahan hukum sekunder merupakan bahan hukum yang terdiri atas buku, jurnal hukum, pandangan para ahli hukum, hasil penelitian hukum, kamus hukum, ensiklopedia hukum,

wawancara dengan narasumber ahli hukum untuk memberikan pendapat hukum tentang suatu peristiwa atau fenomena hukum yang diartikan sebagai bahan hukum sekunder. Pada penelitian ini yang digunakan peneliti yaitu buku-buku hukum, jurnal dan artikel hukum, pandangan para ahli, dan hasil penelitian.

Noeng Muhadjir (2019: 104) mengemukakan pengertian analisis data sebagai “upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara, dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain. Sedangkan untuk meningkatkan pemahaman tersebut analisis perlu dilanjutkan dengan berupaya mencari makna.” Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode analisis data kualitatif sebagaimana analisis data kualitatif merupakan suatu proses deskripsi, klasifikasi, dan interkoneksi dari fenomena hukum dengan konsep penelitian yang pada akhirnya dapat menjawab penelitian akad wakalah bil ujah dalam pemasaran produk bersertifikasi halal dengan sistem Multi Level Marketing di Indonesia.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penerapan Pemasaran Produk yang Bersertifikasi Halal dengan Sistem Multilevel di PT Mahkota Sukses Indonesia Dihubungkan Dengan Fatwa DSN-MUI Nomor 75/DSN/MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah

Sebagai salah satu perusahaan multi level marketing yang bergerak di bidang penjualan langsung dan mendapat pengakuan syariah, tidak mudah bagi suatu perusahaan untuk mendapat pengakuan ini, tetapi PT. MSI telah membuktikan kesyariahnya walaupun dalam penetapan sistemnya masih berlegal MLM konvensional, dengan memasarkan produk-produk yang luar biasa dan di dukung dengan sistem dan konsep yang luar biasa pula, ini dibuktikan dengan apresiasi masyarakat menerima produk-produknya dan alasannya para member dalam bergabung di bisnis ini.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Maryamah selaku member multilevel marketing di PT MSI, beliau mengungkapkan respon masyarakat bagus, ini dapat di lihat dari kelancaran produk, karena hampir setiap minggu itu produk habis, terutama chlorophyll, jadi produk-produk MSI sudah menjadi seperti kebutuhan pokok. Alasan pertama karena produknya, dimana produknya adalah produk kesehatan yang bisa menolong keluhan kesehatan, yang kedua adalah konsep pendidikan dan konsep kesehatannya. Alasannya jelas karena saya tertarik dengan PT MSI itu sendiri, pertama karena produknya bagus, sistemnya, pembelajarannya itu jelas, secara manusia kita membutuhkan modal, tapi di k-link modal tidak banyak hanya dengan Rp. 200.000 sudah bisa menjadi anggota PT MSI.

Multi Level Marketing atau Pemasaran Langsung Berjenjang adalah sistem penjualan yang dilakukan oleh perusahaan, dimana perusahaan yang bergerak dalam industri Multi Level Marketing hanya menjual produk-produknya secara langsung kepada konsumen yg sudah terdaftar (member), tidak melalui agen/penyalur; selain itu perusahaan juga memberikan kesempatan kepada setiap konsumen yang sudah terdaftar (member) untuk menjadi tenaga pemasar atau penyalur. Dengan cara ini maka seorang konsumen secara otomatis menjadi tenaga pemasar (marketer). Dengan kata lain, seorang konsumen akan berfungsi ganda di mata perusahaan, yakni yang pertama ia menjadi konsumen, dan kedua ia juga sebagai mitra perusahaan dalam memasarkan produknya.

PT MSI dianggap sebagai Multi Level Marketing yang dalam pelaksanaannya sudah menerapkan sistem syariah. Beberapa alasan tersebut diantaranya:

1. Semua produknya halal sehingga aman dikonsumsi. Teruji secara klinis mulai dari bahan yang dipakai, kapsul yang digunakan untuk membungkus apakah mengandung minyak babi atau tidak serta apakah produk tersebut bermanfaat bagi kesehatan dan kesejahteraan manusia atau tidak.
2. PT MSI tidak akan ada sepersenpun hasil yang akan diperoleh distributor tercampur barang riba. Di PT MSI diajarkan untuk bekerja keras untuk mendapatkan hasil yang maksimal.
3. PT MSI dinyatakan bisnis yang share E karena di PT MSI tidak akan ada tipu menipu atau akal-akalan atau ghoror karena dijaga oleh kode etik. Baik upline maupun downline

akan mendapat penghasilan sesuai dengan kerja keras dan usaha yang dilakukan secara adil.

4. Usaha di PT MSI bukan usaha untung-untungan atau maysir. PT MSI tidak bisa merekrut anggota tanpa memprospek atau mendatangi satu persatu atau dengan pendekatan/silaturahmi. Di PT MSI tidak diperbolehkan merekrut anggota dengan menggunakan paksaan atau tekanan. Setiap distributor yang mengjointkan member maka ia tidak mendapatkan laba sesempun dari uang pendaftaran tersebut. Di PT MSI tidak ada bonus sponsoring. Karena dampak dari bonus sponsoring adalah orientasi atau bahkan ambisi mendapatkan keuntungan materi lebih cepat yang didaftarkan dari pendaftaran member-member baru yang disponsori. Komitmen untuk membina atau membantu downline yang telah memberikan kepercayaan dan harapan pada sistem ini sangat lemah. Tidak jarang nama-nama yang direferensikan oleh downline diambil oleh upline nya. Apalagi diketahui bahwa bonus rekrutmen dan pasangan yang diperoleh dari mensponsori member baru itu sangat besar lebih dari 30% bahkan ada yang 50% dari biaya pendaftaran. Angka itu akan semakin besar bila ditambah dengan bonus pasangan yang kadang presentasinya lebih besar dari bonus rekrutmen.
5. Barang yang diperjualbelikan bukan barang najis atau barang yang dipergunakan untuk kemaksiatan.
6. Sistem yang ada didalamnya yang menjelaskan bagaimana hubungan antara perusahaan dengan pabrik atau pihak lain. Bagaimana hubungan antara sesama membernya, ada tidak unsur silaturahmi, ada tidak unsur ta'awun (tolong menolong) dan ukhuwah (persudaraan). Penerapannya yang pertama adalah masuk pada sistem, dan yang kedua adalah cara merekrut. Cara merekrut di PT. MSI bukan orang yang di suruh gabung, tetapi orang yang gabung di PT MSI itu karena mau sehat. Artinya bahwa orang bergabung di PT MSI di ajarkan untuk sehat, bukan semata-mata karena mencari uang, kemudian yang kedua setelah sehat kita di ajarkan untuk bercerita, yaitu pengalaman pribadi atau pembuktian khasiat dari penggunaan produk. Yang ketiga adalah bagi hasil, yaitu siapa yang lebih banyak omzetnya maka lebih banyak bonusnya bukan pada permasalahan siapa yang duluan atau belakangan bergabung.

MSI-System adalah sebuah sistem pendukung yang dikelola bersama antara para leader MSI dan perusahaan MSI. Hal ini menghindari terjadinya distorsi sehingga tetap berada dalam posisinya untuk mendukung usaha anda bersama MSI. Program MSI-System dibuat sesederhana mungkin namun sangat handal, agar dapat dikerjakan oleh semua distributor dengan latar belakang yang berbeda-beda. MSI-System juga membuat suatu alur tahapan yang jelas untuk diikuti, sehingga memudahkan duplikasi terjadi. Duplikasi adalah kunci keberhasilan dalam membentuk jaringan yang besar dan solid.

Dengan demikian, metode penerapan multi level marketing PT. MSI diterapkan pada sistemnya sendiri, produk yang dihasilkan halal. Mengadakan pelatihan yang di kenal dengan segitiga MSI-system yaitu Sikap, Servis, dan Sponsoring.

Akibat Hukum Terhadap Pemasaran Produk Yang Sudah Bersertifikasi Halal Dengan Penjualan Secara Langsung Dengan Sistem Multilevel Yang Sudah Berbasis Syariah Namun Berlegal Sistem MLM Konvensional

Akhir-akhir ini di tengah-tengah masyarakat Indonesia muncul sistem perdagangan baru yang dikenal dengan istilah Multi Level Marketing yang disingkat MLM. Sistem perdagangan ini dipraktekkan oleh berbagai perusahaan, baik yang berskala lokal, nasional, regional maupun internasional. Di antaranya adalah Amway, Uni Beauty Shop International (UBSI) dan DXN Indonesia. Sistem perdagangan semacam ini sangat menggurikan sebagian anggota masyarakat karena menjanjikan keuntungan besar dalam waktu yang relatif singkat. Sistem perdagangan Multi Level Marketing (MLM) dilakukan dengan cara menjaring calon nasabah yang sekaligus berfungsi sebagai konsumen dan memberdari perusahaan yang melakukan praktek MLM. Secara rinci, sistem perdagangan Multi Level Marketing (MLM) dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Mula-mula pihak perusahaan berusaha menjaring konsumen untuk menjadi member dengan cara mengharuskan calon konsumen membeli paket produk perusahaan dengan

- harga tertentu.
2. Dengan membeli paket produk perusahaan tersebut, pihak pembeli diberi satu formulir keanggotaan (member) dari perusahaan.
 3. Sesudah menjadi member, maka tugas berikutnya adalah mencari calon member-member baru dengan cara seperti diatas, yakni membeli produk perusahaan dan mengisi formulir keanggotaan.
 4. Para member baru juga bertugas mencari calon member-member baru lagi dengan cara seperti di atas, yakni membeli produk perusahaan dan mengisi formulir keanggotaan.
 5. Jika member mampu menjaring member-member baru yang banyak, maka ia akan mendapat bonus dari perusahaan. Semakin banyak member yang dapat dijaring, maka semakin banyak pula bonus yang akan didapatkan, karena perusahaan merasa diuntungkan oleh banyaknya member yang sekaligus menjadi konsumen paket produk perusahaan.
 6. Dengan adanya para member baru yang sekaligus menjadi konsumen paket produk perusahaan, maka member yang berada pada level pertama (member awal/ pelopor), kedua dan seterusnya akan selalu mendapatkan bonus secara estafet dari perusahaan karena perusahaan merasa diuntungkan dengan adanya member-member baru yang sekaligus menjadi konsumen paket produk perusahaan.

Di antara perusahaan MLM, ada yang melakukan kegiatan menjaring dana masyarakat untuk menanamkan modal di perusahaan tersebut dengan janji akan memberikan keuntungan sebesar hampir 100 % dalam setiap bulannya. Akan tetapi dalam prakteknya, tidak semua perusahaan mampu memberikan keuntungan seperti yang dijanjikan, bahkan terkadang berusaha menggelapkan dana nasabah yang menjadi member perusahaan. Berkenaan dengan hal ini, Komisi Fatwa MUI DKI Jakarta memfatwakan:

Bahwa sistem perdagangan Multi Level Marketing (MLM) diperbolehkan oleh syariat Islam dengan syarat-syarat sebagai berikut:

1. Transaksi (akad) antara pihak penjual (al-ba‘i) dan pembeli (al-musyteri) dilakukan atas dasar suka sama suka („an taradhin), dan tidak ada paksaan.
2. Barang yang diperjualbelikan (al-mabi‘) suci, bermanfaat dan transparan sehingga tidak ada unsur kesamaran atau penipuan (gharar).
3. Barang-barang tersebut diperjualbelikan dengan harga yang wajar.

Hal ini didasarkan pada firman Allah SWT dalam surat al-Baqarah ayat 275:

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

Artinya: “Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya”.

Dalam hal tersebut mengandung arti bahwa “hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu”. Jika sistem perdagangan Multi Level Marketing (MLM) dilakukan dengan cara pemaksaan; atau barang yang diperjualbelikan tidak jelas karena dalam bentuk paket yang terbungkus dan sebelum transaksi tidak dapat dilihat oleh pembeli, maka hukumnya haram karena mengandung unsur kesamaran atau penipuan (gharar).

Transaksi jual beli dengan menggunakan sistem MLM dikatakan hukumnya haram. Alasan-alasannya adalah di dalam transaksi dengan metode MLM, seorang anggota mempunyai dua kedudukan. Kedudukan pertama, sebagai pembeli produk, karena dia membeli produk secara langsung dari perusahaan atau distributor. Pada setiap pembelian, biasanya dia akan mendapatkan bonus berupa potongan harga. Kedudukan kedua, sebagai makelar, karena selain

membeli produk tersebut, dia harus berusaha merekrut anggota baru. Setiap perekrutan dia mendapatkan bonus juga.

Kesimpulannya bahwa melakukan dua macam akad dalam satu transaksi yang mengikat satu dengan yang lainnya adalah haram berdasarkan keterangan di atas. Di dalam MLM terdapat makelar berantai. Sebenarnya makelar (samsarah) dibolehkan di dalam Islam, yaitu transaksi di mana pihak pertama mendapatkan imbalan atas usahanya memasarkan produk dan pertemuannya dengan pembelinya. Di dalam MLM terdapat unsur perjudian, karena seseorang ketika membeli salah satu produk yang ditawarkan, sebenarnya niatnya bukan karena ingin memanfaatkan atau memakai produk tersebut, tetapi dia membelinya sekedar sebagai sarana untuk mendapatkan point yang nilainya jauh lebih besar dari harga barang tersebut. Sedangkan nilai yang diharapkan tersebut belum tentu ia dapatkan.

Di dalam MLM banyak terdapat unsur gharar (spekulatif) atau sesuatu yang tidak ada kejelasan yang diharamkan Syariat, karena anggota yang sudah membeli produk tadi, mengharap keuntungan yang lebih banyak. Tetapi dia sendiri tidak mengetahui apakah berhasil mendapatkan keuntungan tersebut atau malah merugi;

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan analisis sebagaimana telah disampaikan pada bab sebelumnya, maka penulis menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan pemasaran produk yang bersertifikasi halal dengan sistem multilevel di PT Mahkota Sukses Indonesia belum dilaksanakan sesuai dengan syariat Islam sebagaimana mengenai multilevel marketing yang sesuai syariat Islam diatur dalam fatwa DSN-MUI Nomor 75/DSN/MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah.
2. Akibat hukum terhadap pemasaran produk yang sudah bersertifikasi halal dengan penjualan secara langsung dengan sistem multilevel konvensional bagi anggota multilevel marketing di PT MSI khususnya yang beragama Islam, pemasaran produk yang dilakukan secara multilevel konvensional, belum memenuhi syariat Islam, dimana skema pembagian bonus kepada member yang menurut Islam tidak dibolehkan. Secara syariat Islam rezeki yang diterima dan dimakan oleh member tersebut tidak mendapatkan keridhoan dan keberkahan dari Allah SWT.

Acknowledge

Puji syukur karya tulis ilmiah saya telah selesai dan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada rekan-rekan yang telah membantu dalam proses pembuatan karya ilmiah ini taklupa terkhusus kepada dosen pembimbing yang juga berkontribusi dalam pembuatan karya tulis ilmiah ini semoga karya tulis ilmiah ini dapat memberikan manfaat kepada pembacanya walau karya tulis ilmiah ini masih jauh dari kata sempurna.

Daftar Pustaka

- [1] Fatwa Dewan Syariah Nasional No: 04/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Diskon Dalam Murbahah.
- [2] Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/vii/2020.
- [3] Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
- [4] Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan.
- [5] Undang-Undang Dasar 1945 Nomor 1 Tahun 2003, Pasal 33 ayat (1) dan ayat (3).
- [6] UU Perdagangan, Penjelasan Pasal 7 ayat (3).
- [7] Adi, Isbandi. *Kesejahteraan Ekonomi melalui bisnis model MLM*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2021.
- [8] Assauri. *Sistem Pemasaran Multi Level Marketing Ditinjau dalam Hukum Ekonomi Syariah*, Raja Grafindo, Jakarta, 2021.
- [9] Cecep. *Etika Bisnis MLM Syariah*, Sedaun Publishing, Tangerang Selatan, 2021.
- [10] Djuwaini, Dimyauddin. *Pengantar Fiqh Muamalah*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2021.
- [11] Hadi. Abdullah, *Dasar-Dasar Hukum Ekonomi Islam*, CV.Putra Media Nusantara, Surabaya, 2020.
- [12] Hanefa, Andreas. *Multi Level Marketing*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2020.
- [13] Hanitijo. Roni Sumitro, *Metode penelitian Hukum*, Ghalia, Jakarta, 2021.
- [14] Hendika Wibowo, Dimas dkk. *Analisis Strategi Pemasaran dalam Perfektif Islam*, Alfabeta, Bandung, 2020
- [15] Abdul Ghoni dan Muhammad Sofwan Jauhari, "Urgensi Asesmen dan Sertifikasi Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI Bagi Perusahaan Penjualan Langsung Berjenjang (Multi Level Marketing/MLM), *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol.6, No.1, Bogor.
- [16] Abdul Wahid Ridha, (dkk), "Implementasi Fatwa DSN-MUI No:75/DSN-MUI/VII/2009 tentang pedoman Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) Terhadap Sistem Kerja MLM di PT K-Link Nusantara Bandung, *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol.4, No.2, 2021, Bandung.
- [17] Afinda Adha Laili, "Analisis Kesesuaian Syariah Bisnis Multi Level Marketing (MLM) (Studi di Topstar Community Jawa Timur)", *Jurnal Ilmiah*, 2017, Malang.
- [18] Ahmad Rijali, "Analisis Data Kualitatif", *Jurnal Alhadharah*, Vol.17, No.33, Januari-Juni 2021, Banjarmasin.
- [19] Alinda, *Analisis Kesesuaian Syariah Bisnis Multilevel Marketing*, *Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 1, No 1, Maret 2021.
- [20] Dudi Badruzaman, *Impelementasi Hukum Ekonomi Syariah*, *Jurnal Hukum Ekonomi Islam*, Volume 2, No 2, November 2020.
- [21] Intan, *Penerapan syariat Islam pada sistem Multilevel Marketing Syariah*, *Jurnal Inovasi Penelitian*, Volume 1, Nomor 4, Maret 2021.
- [22] Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, *Jurnal Penelitian*, Volume 1, Nomor 5, Juli 2021.
- [23] Nur Intan, *Penerapan Syariat Islam pada sistem multilevel marketing syariah*, *Jurnal Inovasi Penelitian*, Volume 1, No 4, Desember 2020.
- [24] Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Cet. 2, Jakarta: Kencana, 2020.
- [25] Kornelius Benuf dan Muhamad Azhar, "Metode Penelitian Hukum sebagai Instrumen Mengurai Permasalahan Hukum Kontemporer", *Jurnal Gema Keadilan*, Vol.7, Edisi 1, Juni 2020.
- [26] Saraswati , *Konsep Ekonomi Islam*, *Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 21, No 2, Desember 2020.
- [27] Tiara Nur Fitria, "Bisnis Multi Level Marketing (MLM) dalam Pandangan Islam", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol.2, No.2, Juli 2021, Surakarta.
- [28] Tarmidzi, *Strategi MLM Secara Cerdas dan Halal*, *Jurnal Penelitian*, Volume 1, Nomor 2, Mei 2021.

- [29] Umar, Akad Dalam Transaksaksi Ekonomi Islam, *Jurnal Ekonomi Syariah*, Volume 9, No 1, Juni 2020.
- [30] Yaqub, Kode Etik Dagang Menurut Islam, *Jurnal Pendidikan*, Volume 1, Nomor 1, Agustus 2022.
- [31] Ahmad Sofian, Makna Doktrin dan Teori, dalam ilmu Hukum, Mei 2020.
- [32] <https://business-law.binus.ac.id/2016/05/30/makna-doktrin-dan-teori-dalam-ilmu-hukum/Megasyariah.co.id.s>
- [33] <http://journal.Ippmunindra.ac.id>.
- [34] Husnia, Analisis Hukum Terhadap Sistem Pemberian Bonus MLM (Multi Level Marketing) Pada Bisnis NU Amoorea
- [35] https://husnia_C022140082.
- [36] Norhidayah Fauza, Konsep Teori Ilmu Hukum
- [37] Aruna Fatma Hidayah Sumintardirja, & Liya Sukma Muliya. (2023). Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Pengguna Kosmetik Berbahaya yang Diperjualbelikan pada Marketplace Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Riset Ilmu Hukum*, 63–68. <https://doi.org/10.29313/jrih.v3i2.2761>
- [38] Ilham Maulana, & Arinto Nurcahyono. (2023). Penegakan Hukum Tindak Pidana Penimbunan dan Penyalahgunaan BBM Dihubungkan dengan UU Migas. *Jurnal Riset Ilmu Hukum*, 49–54. <https://doi.org/10.29313/jrih.v3i1.2138>
- [39] Nurrallia Sherena, Z., & Sri Imaniyati, N. (2023). Tanggung Jawab Pelaku Usaha terhadap Kerugian Konsumen Akibat Iklan yang Memuat Informasi Tidak Benar Atas Produk Skincare yang Diperdagangkan melalui E-Commerce (Vol. 01). <https://journal.sbpublisher.com/index.php/LOL>