

MULTI LEVEL MARKETING DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM
MULTI LEVEL MARKETING IN ISLAMIC BUSINESS ETHICS PERSPECTIVE

Safwan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Lhokseumawe

safwansofyan91@gmail.com

Abstract

Amid the sluggishness and deterioration of the national economy, came a business system that had much promise and success and offered wealth in a short time. This system became known as Multi Level Marketing (MLM) or Networking Marketing. Multi Level Marketing (MLM) systems cut distribution channels in conventional sales because it doesn't involve distributors or sole agents and wholesalers or sub-agents, but directly distributing products to independent distributors who work as retailers or sellers directly to consumers. In this way, marketing and distribution costs (transportation, warehouse rent, salaries and sales force commissions etc.) can be obtained transferred to an independent distributor with a system tiered which is generally adjusted to the achievement of targets the sales or turnover of the distributor concerned, coupled with the controversies regarding the MLM system in today's society, starting from the aspect of products that must be halal to the system transactions, bonus giving, member recruitment, and coaching who do not use things that are forbidden by Islam, then plus the elements of money games, maysir, dharar, dzulm, immoral and usury. So it becomes interesting when we see Multi Level Marketing (MLM) through the perspective of Islamic business ethics.

Keyword : Multi Level Marketing, Islamic Business Ethics.

A. Pendahuluan

Dunia bisnis semakin maju dan banyak jenis produk yang dihasilkan oleh berbagai perusahaan berlomba untuk merebut pasar atas produknya. Pemasaran merupakan bagian penting dalam manajemen perusahaan tanpa

strategi pemasaran yang tepat dan baik produk akan sulit dikenal dan dijual. Dalam kehidupan bermuamalah, Islam telah memberikan garis kebijaksanaan perekonomian yang jelas. Transaksi bisnis atau perdagangan merupakan hal yang sangat diperhatikan dan dimuliakan oleh Islam, baik yang dilakukan oleh individu maupun kelompok. Berbisnis merupakan aktivitas yang sangat dianjurkan dalam ajaran Islam. Bahkan, Rasulullah SAW sendiri pun telah menyatakan bahwa sembilan dari sepuluh pintu rezeki adalah melalui pintu berdagang dengan catatan selama dilakukan dengan benar sesuai dengan tuntutan ajaran Islam. Ditengah kelesuan dan keterpurukan ekonomi nasional, datanglah sebuah sistem bisnis yang banyak menjanjikan dan keberhasilan serta menawarkan kekayaan dalam waktu singkat. Sistem ini kemudian dikenal dengan istilah *Multi Level Marketing* (MLM) atau *Networking Marketing*.

Sistem *Multi Level Marketing* (MLM) ini memangkas jalur distribusi dalam penjualan konvensional karena tidak melibatkan distributor atau agen tunggal dan grosir atau sub agen, tetapi langsung mendistribusikan produk kepada distributor independen yang bertugas sebagai pengecer atau penjual langsung kepada konsumen. Dengan cara tersebut, biaya pemasaran dan distribusi (transportasi, sewa gudang, gaji dan komisi tenaga penjualan dan lain-lain) dapat dialihkan kepada distributor independen dengan suatu sistem berjenjang yang umumnya disesuaikan dengan pencapaian terget penjualan atau omzet distributor yang bersangkutan (Andrias, 1999, hlm. 4).

Dalam *al-'Aqâid al-Fiqhiyah* dijelaskan bahwa:

لَدَلِيْلٍ لَافَه

Artinya:

"Hukum asal muamalah (termasuk perdagangan dan segala macam transaksi yang berkaitan) adalah mubah selama tidak ada pernyataan dalil yang menyatakan kebalikannya" (Rahmat, 1998, hlm. 125).

Jika mengacu pada kaidah ushul fiqh di atas, maka *MLM* adalah termasuk salah satu bentuk muamalah yang diperbolehkan kecuali ada dalil atau hal-hal yang dilarang oleh syariah dalam praktik *MLM* tersebut. Hal-hal

yang dilarang dalam muamalah jual beli adalah apabila ada unsur *riba*, *gharar* (penipuan), *jahalah* (sesuatu yang tidak pasti), *dzulm* (ada unsur menyakiti/aniaya kepada pihak yang terkait dengan muamalah jual beli tersebut). Selain itu, bagaimana tinjauan etika bisnis dalam aplikasi sistem *Multi Level Marketing (MLM)* ini? Untuk itu, tulisan ini akan menjelaskan tentang *Multi Level Marketing (MLM)* ditinjau dari segi etika bisnis dalam hal ini adalah etika bisnis Islam. Dan penulis akan mencoba mengupas sedikit tentang status hukum Islam tentang bisnis yang menggunakan sistem *Multi Level Marketing (MLM)* dalam memasarkan produk sebuah perusahaan.

B. Pembahasan

1. Bisnis *Multi Level Marketing*

Sebelum beranjak ke pengertian *Multi Level Marketing (MLM)*, maka ada baiknya terlebih dahulu dijelaskan tentang istilah marketing (pemasaran). Philip Kotler memberikan definisi tentang pemasaran dengan kegiatan manusia yang diarahkan pada usaha untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan melalui proses pertukaran (Basu, 1999, hlm. 8). Jadi pemasaran adalah proses sosial atau managerial yang menjadi sarana bagi individual dan kelompok untuk memperoleh apa yang mereka butuhkan serta lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain (Philip, 1997).

Salah satu variasi dari ilmu maketing yang sekarang banyak digunakan perusahaan-perusahaan dalam memasarkan produknya adalah *Multi Level Marketing* atau biasa dikenal dengan sebutan MLM. Jika ditinjau dari segi kata, maka terdiri dari tiga kata, yaitu multi, level dan marketing. *Multi* berarti “banyak” dan *level* berarti “jenjang atau tingkat”. Sedangkan *marketing* artinya “pemasaran”. Jadi “*Multi Level Marketing*” adalah pemasaran yang berjenjang banyak. Dalam pengertian marketing mencakup beberapa aspek, antara lain adanya produk, harga, promosi, distribusi dan sebagainya. Dan dikatakan multi level karena organisasi distributor dalam hal ini penjualnya berjenjang banyak dan mempunyai tingkat yang berbeda-beda bahkan tanpa batas.

Untuk lebih jelasnya definisi *Multi-level marketing* adalah sistem penjualan dengan memanfaatkan konsumen langsung sebagai tenaga penyalur. Harga barang yang ditawarkan di tingkat konsumsi adalah harga produksi ditambah komisi yang menjadi hak konsumen karena secara tidak langsung telah membantu kelancaran distribusi. Maksudnya adalah Metode pemasaran barang dan/atau jasa dari sistem Penjualan Langsung melalui program pemasaran berbentuk lebih dari satu tingkat, dimana mitra usaha mendapatkan komisi penjualan dan bonus penjualan dari hasil penjualan barang dan/atau jasa yang dilakukannya sendiri dan anggota jaringan di dalam kelompoknya.

Multi Level Marketing juga bisa disebut dengan "*Network Marketing*" karena sistem pemasarannya menggunakan jaringan kerja. Terkadang ada juga yang menyebut *Multi Level Marketing* adalah bisnis penjualan langsung (*Dirrect Selling*). Pendapat ini benar karena pelaksanaan penjualan *Multi Level Marketing* memang dilakukan secara langsung oleh wiraniaga (*sales*) kepada konsumen tidak melalui perantara, tidak melalui swalayan, kedai atau warung, tetapi langsung kepada pembeli (Tamizi, 2000, hlm. 4).

Ada tiga tipe dasar *direct selling*. Yaitu, *One on One*, *party Plan*, dan *Multi level Marketing (MLM)*.

1. *One on One*: Dalam sistem ini seorang penjual, yang merupakan agen/anggota/kontraktor yang mandiri atau lepas, menarik konsumen yang berpotensi di area khusus berdasarkan pendekatan orang ke orang. Mereka menawarkan produk, serta mendapat komisi atau basis lain. Pendapatan mereka dapat juga diperoleh dari selisih harga pembelian ke supplier dan penjualan ke konsumen.
2. *Party Plan*: Pada metode seorang penjual, karyawan lepas atau tetap, bertugas mencari atau menjadi tuan rumah yang mengundang sekelompok orang di rumahnya dalam rangka sales party untuk mendemonstrasikan produk. Penghasilan si penjual juga atas dasar selisih harga eceran. Si tuan rumah biasanya diberikan hadiah sebagai tanda terima kasih sesuai dengan nilai penjualan tertentu.

3. Multilevel Marketing (MLM) atau Sistem Networking: Adalah penjualan secara bertingkat dari distributor mandiri yang memiliki peluang untuk mendapatkan penghasilan dalam dua cara. *Pertama*, penjualan produk langsung ke konsumen, Distributor mendapat keuntungan atas dasar perbedaan atau selisih antara harga distributor dan harga konsumen. *Kedua*, distributor bisa menerima potongan harga atas dasar jumlah produk/jasa yang dibeli oleh anggota kelompok bisnis untuk penjualan atau pemakaian, termasuk jumlah penjualan pribadi.

Kekuatan dari sistem *direct selling* adalah tradisi kemandiriannya layanan ke konsumen dan komitmen untuk pertumbuhan kewirausahaan dalam sistem pasar bebas. Sistem *direct selling* menawarkan peluang usaha kepada mereka yang mencari alternatif untuk mendapatkan penghasilan tanpa melihat suku, jenis kelamin, tingkat pendidikan, umur maupun pengalaman. Sistem ini menawarkan peluang untuk mendapatkan penghasilan dengan bekerja secara separoh waktu maupun penuh waktu.

Untuk itu, Multi Level Marketing (MLM) merupakan salah satu cara yang dapat dipilih oleh sebuah perusahaan atau pabrik (*produsen*) untuk memasarkan/ mendistribusikan/menjual produknya kepada pelanggan eceran dengan membudayakan distributor independen untuk melakukan tugas pemasaran/ pendistribusian/penjualan produk melalui pengembangan armada pemasaran/ distributor/penjual langsung secara mandiri (*independen*) tanpa campur tangan langsung perusahaan. Sementara target penjualan sepenuhnya ditentukan oleh distributor independent dan jaringan pengembangan langsung yang dikembangkannya (Andrias, 1999, hlm. 3).

Di Indonesia saat ini, penjualan langsung (*Direct Selling*) baik yang *single level* maupun multi level bergabung dalam suatu asosiasi yaitu *Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI)* yang diakui oleh pemerintah Republik Indonesia dan bersama asosiasi-asosiasi serupa dari berbagai negara tergabung dalam *World Federation of Direct Selling Association (WFDSA)*. Dengan bergabung bersama *APLI*, maka kinerja perusahaan MLM akan terus termonitor agar selalu berjalan sesuai dengan kode etik yang telah disepakati bersama.

Sedangkan untuk menertibkan bisnis MLM ini, Menteri Perindustrian dan Perdagangan mengeluarkan Surat Keputusan No. 73/MPP/Kep/3/2000 tentang ketentuan kegiatan usaha penjualan berjenjang (MLM), yang mengatur secara jelas mengenai tata cara beroprasi usaha penjualan berjenjang di Indonesia mencakup ketentuan, rambu-rambu dan sanksi-sanksi bagi yang melanggar. Definisi dari penjualan berjenjang adalah suatu cara atau metode penjualan secara berjenjang kepada konsumen melalui jaringan pemasaran yang dikembangkan oleh perorangan atau badan usaha yang memperkenalkan barang dan jasa tertentu kepada sejumlah perorangan atau badan usaha lainnya secara berturut-turut yang bekerja berdasarkan komisi atau iuran keanggotaan yang wajar.

Namun demikian, usaha MLM harus melihat pada ketentuan dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsume, pada pasal 8 menerangkan bahwa pelaku usaha dilarang memproduksi atau memperdagangkan barang/jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang/jasa tersebut. Ancaman pidana yang bisa dikenakan adalah penjara paling lama 5 Tahun dan denda maksimal Rp. 2.000.000.000, (Dua Miliar Rupiah).

Beberapa fakta terdapat metode lain yang dapat merugikan masyarakat atau konsumen, yaitu kegiatan usaha MLM yang sering disebut dengan permainan uang (*Money Game*) yang memiliki skema-skema piramida (*Pyramid Scheme*) yang mengerucut ke atas, ke samping dan ke bawah. Seringkali ditemukan kerancuan antara MLM dengan money game (permainan uang). MLM pada hakikatnya adalah sistem distribusi barang. Banyaknya bonus didapat dari omzet penjualan yang didistribusikan melalui jaringannya. Hal ini sangat berbeda dengan money game. Bonus seringkali didapat dari perekrutan, bukan omzet penjualan.

Sistem money game ini cenderung menggunakan skema piramid/ (*sistem piramid*), dan orang yang belakangan bergabung akan kesulitan mengembangkan bisnisnya. Dalam MLM murni, walaupun dimungkinkan telah memiliki *downline* banyak, tetapi tanpa *omzet* tentu saja bonus tersebut menjadi kecil.

Tabel 1
Skema Perbedaan MLM dan Sistem Piramida.

No	MLM	Skema Piramida
1	Sudah dimasyarakatkan dan diterima hampir di seluruh dunia.	Sudah banyak Negara yang melarang dan menindak perusahaan dengan sistem ini, bahkan pengusahanya ditangkap pihak yang yang berwajib
2	Berhasil meningkatkan penghasilan dan kesejahteraan para anggotanya dari level atas sampai level bawah.	Hanya menguntungkan bagi orang-orang yang pertama atau lebih atau lebih dulu bergabung sebagai anggota, atas kerugian yang mendaftar belakang.
3	Keuntungan/keberhasilan distributor ditentukan dari hasil kerja dalam bentuk penjualan/pembelian produk/jasa yang bernilai dan berguna untuk konsumen.	Keuntungan/keberhasilan anggota ditentukan dari seberapa banyak yang bersangkutan merekrut orang lain yang menyeter sejumlah uang sampai terbentuk satu format Piramida.
4	Program pembinaan distributor sangat diperlukan agar didapat anggota yang berkualitas tinggi.	Tidak ada program pembinaan apapun juga, karena yang diperlukan hanya rekruting saja.
5	Merupakan salah satu peluang berusaha yang baik. Setiap distributor harus terus melakukan pembinaan untuk jaringannya. Tidak bisa hanya menunggu.	Bukan suatu peluang usaha, karena yang dilakukan lebih menyerupai untung-untungan. Bahwa yang perlu dilakukan hanyalah membeli kavling dan selanjutnya hanyalah menunggu.

Sumber : *apli.or.id dalam Kuswara (2005: 23-25).*

2. Sejarah Multi Level Marketing

Di era global, dunia bisnis semakin maju dan banyak terobosan yang dilakukan, utamanya dalam mengantisipasi kompetisi dan dinamika aktifitas usaha para pebisnis. Arah bisnis yang pada awalnya tertuju pada berbagai pola dan strategi raihan laba yang sebesar-besarnya berganti menjadi maksimalisasi kepuasan pelanggan.

Salah satu bidang yang memainkan peran menonjol dalam percaturan dunia bisnis adalah bidang pemasaran. Pemasaran adalah merupakan bagian penting dalam manajemen perusahaan dalam memperkenalkan produk guna merebut pangsa pasar. Media pemasaran suatu produkpun banyak ragam jenis dan metodenya, dari yang bersifat konvensional baku seperti promosi dan periklanan sampai dengan yang modern fenomenal seperti TV shopping dan MLM (Multilevel Marketing). Namun dari beberapa model pemasaran di atas, yang banyak dan sering menjadi berita menarik dan pembicaraan umum, baik positif maupun negatif adalah model pemasaran MLM.

Sistem MLM sesungguhnya sudah ada semenjak tahun 1930 di Amerika Serikat, dengan perusahaan pertamanya yang memasarkan produk-produk makanan tambahan (nutrilite) yang didistribusikan dengan penjualan langsung. Kemudian pada tahun 1959 muncul perusahaan MLM lain, di antaranya Amway yang merupakan perusahaan MLM terbesar di dunia.

Di Indonesia, bisnis MLM mulai ada sejak tahun 1992 ketika bisnis MLM Amway diperkenalkan. Namun sebenarnya, pada tahun 1986 sebuah perusahaan MLM telah didirikan di Bandung dengan nama Nusantara Sun Chorelatama yang kemudian berubah nama menjadi CNI. (Peter J. Cloither, 1994, hlm. 10).

Perkembangan bisnis MLM semakin menjanjikan dari tahun ke tahun dan menjadi stimulus bagi sebagian orang untuk memanfaatkan peluang pasar bisnis MLM dengan bisnis yang serupa dan dengan cara yang lebih mudah, dengan iming-iming keuntungan berlipat secara ekonomi dan finansial sehingga tidak jarang di antara mereka yang berakhir dengan penipuan seperti kasus BMA (Banyumas Mulia Abadi) dan yang belakangan ini ramai dibicarakan orang, yaitu KSU Prasetya Nugroho di Semarang. Lain daripada itu juga masih banyak pelbagai raga model jenis bisnis MLM yang

menyimpang dari konsep dan aturan main bisnis MLM yang sebenarnya, antara lain Sistem *Piramid*, *Money Game*, *Get Rich Quick Scheme*, Arisan Berantai dan lain sebagainya. Pada sistem-sistem tersebut, ada banyak praktek korup, penipuan dan kecurangan yang mengarah pada malpraktek bisnis yang dilarang syari'at yaitu praktek gharar, maisir dan zalim, dimana upline mengambil keuntungan dari downlinenya, sedang *downline* mendapatkan ketidakpastian akan hasil yang diperolehnya. Dan pada umumnya, *downline* tidak punya kesempatan untuk lebih maju dari uplinenya.

Lain daripada itu, malpraktek bisnis MLM dapat juga terjadi pada produknya, dimana produknya tidak berupa sesuatu apapun melainkan hanya semacam *money game* (permainan uang). Di samping itu pula, terkadang harga produk yang dipasarkan dimark-up hingga 400% atau lebih dari nilai jual yang wajar. Dampak negatifnya, banyak calon distributor yang dikecewakan dan tertipu sehingga menimbulkan sikap apriori.

Namun demikian, para pakar marketing dunia meyakini bahwa bisnis MLM sebagai salah satu penemuan monumental abad XX. Oleh karena itu, tidak ada satupun marketing system yang ada saat ini dianggap mampu menandingi keluwesan, kedinamisan dan kesempatan yang bisa diberikan oleh sistem bisnis MLM, baik dari sisi produsen, marketing company maupun dari sisi distributor dan konsumen. Bisnis yang diyakini mampu bertahan pada abad XXI adalah yang mampu menciptakan "Learning Organization" pada kinerja usahanya. "Belajar" merupakan langkah awal untuk melakukan bisnis MLM. Jadi inti dari kinerja dan operasional bisnis MLM adalah bertumpu pada dinamika lingkaran kerja pelakunya yang senantiasa berorientasi pada proses belajar.

3. Sistem Kerja Dan Ciri-Ciri Multi Level Marketing

Banyaknya perusahaan memasarkan produksinya menggunakan sistem MLM karena sudah terbukti bahwa penerapan sistem MLM dapat melonjakkan omzet suatu perusahaan. Sebagaimana bisnis-bisnis yang telah ada, MLM tidak akan menghasilkan hasil yang maksimal jika tidak dikerjakan dengan profesional. Untuk itu, dalam menjalankan MLM harus dengan

profesionalitas dan ketekunan. Bagi orang yang berkecimpung dalam bisnis MLM ini, maka ada empat tugas pokok yang harus dilakukan, yaitu:

- a. Menjual.** Dalam MLM menjual bukan hanya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan langsung, akan tetapi menyebarkan informasi tentang produk. Dengan menjual produk, maka semakin banyak orang yang mengenal produk. Orang yang sudah mengenal produk tersebut, pada akhirnya akan diajak untuk bergabung menjalankan bisnis ini. Jadi, menjual dalam MLM mempunyai fungsi ganda, yaitu selain mendapatkan keuntungan langsung juga sebagai sarana pensponsoran (mengajak orang untuk ikut bergabung). Pada tahap penjualan ini, semua unsur dari jual beli sangat jelas, yaitu adanya produk, harga, kesepakatan, pembayaran dan penjual dan pembeli yang sah menurut hukum.
- b. Mengajak Dan Mengajarkan.** Dalam MLM penjualan 1000 unit lebih baik dilakukan oleh seratus orang daripada 10 orang. Untuk itu, distributor mengajak orang sebanyak-banyaknya untuk menjual produk. Semakin banyak anggota maka akan semakin baik. Mengajak dalam MLM biasa disebut dengan mensponsori. Setelah mengajak, maka kewajiban selanjutnya adalah mengajarkan bagaimana menjalankan bisnis ML Mini, mulai dari pengenalan produk, tehnik mendemokan produk kepada calon distributor baru.
- c. Membangun Organisasi.** Tahapan ketiga adalah membangun organisasi yang sesuai dengan rencana bisnis MLM yaitu dibangun secara mendalam dan melebar. Mendalam berarti membangun organisasi seperti akar tunggang yaitu semakin dalam akar organisasi maka akan semakin kuat berdirinya. Sedangkan melebar artinya supaya jangkauannya semakin jauh.
- d. Membina Dan Memotifasi.** Pembinaan dalam MLM dapat diaplikasikan dalam tiga cara, yaitu memberi perhatian, menjaga hubungan, dan memberikan apresiasi (reward). Semuanya ini biasanya dilakukan dengan mengadakan pertemuan baik secara kecil-kecilan yang berupa rapat, diskusi yang bertujuan untuk memecahkan masalah dan membuat rencana baru. (Harefa, 1999, hlm. 58).

Setelah mengetahui tugas pokok dalam menjalankan bisnis MLM ini, maka jika ingin bergabung dalam bisnis ini, ada beberapa ciri yang patut diketahui oleh orang yang ingin masuk dalam jaringan ini, antara lain:

1. Adanya uang pendaftaran yang tidak mahal. Uang pendaftaran hanya sebagai pengganti biaya formulir, kartu identitas, brosur dan sebagainya.
2. Adanya pelatihan yang teratur, baik dilakukan oleh kelompok maupun di bawah koordinasi perusahaan.
3. Perusahaan dan alamatnya jelas.
4. "Business Plan" atau perencanaan bisnisnya yang mengatur cara kerja, perhitungan komisi dan persyaratan kenaikan posisi jelas. Transparan dan dapat dikateahui oleh semua distributor.
5. Adanya produk yang dijual dan merupakan produk yang berkualitas.
6. Harga produk wajar maksudnya sesuai dengan kualitasnya.

MLM yang baik biasanya bergabung dengan APLI (*Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia*). Karena setiap perusahaan yang ingin masuk menjadi anggota APLI diteliti terlebih dahulu apakah memenuhi persyaratan sebagai perusahaan yang bergerak dalam penjualan langsung, dalam hal ini adalah "Multi Level Marketing". bagi perusahaan yang bergabung dengan APLI berarti sudah melewati masa seleksi yang ketat.

4. Multi Level Marketing Perspektif Etika Bisnis

Dalam hal perekonomian, Islam tidak pernah memisahkan ekonomi dengan etika, sebagaimana tidak pernah memisahkan ilmu dengan ahklak, politik dengan etika, perang dengan etika. Inilah yang membedakan Islam dengan faham matrealisme. Islam juga tidak memisahkan agama dengan negara dan materi dengan spiritual sebagaimana yang dilakukan Eropa dengan konsep sekulerismenya. Islam juga berbeda dengan konsep kapitalisme yang memisahkan ahklak dengan ekonomi (Yusuf, 1997, hlm. 51).

Etika berasal dari bahasa Yunani yaitu *ethos*, yang berarti adat istiadat atau kebiasaan (Bertens, 2000, hlm. 4). Etika adalah ilmu atau teori atau moralitas yang berusaha mensitimatisasikan pertimbangan moral dan

memelihara serta mempertahankan prinsip-prinsip moral yang pokok. Dr. Sonny Keraf menjelaskan dalam bukunya 'Etika Bisnis' bahwasanya untuk memahami masalah etika, kita perlu membandingkannya dengan moralitas. Pengertian etika dan moralitas sering disamakan begitu saja, dan hal ini tidak sepenuhnya salah. Hanya saja perlu diingat, bahwa etika bisa saja mempunyai pengertian yang sama sekali berbeda dengan moralitas (Sonny, 1998, hlm. 13).

Begitu juga dalam hal bisnis, Islam juga tidak memisahkan dengan etika. Bisnis yang tidak beretika dapat terjadinya persaingan yang tidak sehat. Sebelum lebih jauh membahas tentang etika, maka perlu diketahui dulu definisi bisnis. Bisnis adalah sebuah aktifitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan atau pengolahan barang (*produksi*) (Muhammad, 2004, hlm. 56). Sedangkan etika adalah ilmu yang berisi patokan-patokan mengenai apa-apa yang benar dan yang salah, yang baik dan buruk, yang bermanfaat dan tidak bermanfaat.

Jika dipahami dari dua element tersebut yaitu bisnis dan etika, maka tidak ada korelasi yang signifikan bahkan menjadi dua element yang bersebrangan, dimana praktek bisnis merupakan kegiatan yang bertujuan untuk mencapai keuntungan dalam situasi persaingan bebas. Sebaliknya jika etika diterapkan dalam bisnis maka akan mengganggu upaya mencapai tujuan bisnis (Muhammad, 2004, hlm. 61). Yang perlu ditekankan dalam hubungan antara etika dan bisnis adalah pelaku bisnis jika menerapkan etika dalam proses bisnisnya maka akan tercipta keadaan nyaman dalam proses bisnisnya dan keberkahan hasil yang diperoleh dari proses bisnis tersebut. Oleh karena itu, bisnis tidak bisa lepas dari etika dikarenakan a) bisnis tidak bebas nilai, b) bisnis merupakan bagian dari sistem sosial, c) aplikasi etika bisnis identik dengan pengelolaan bisnis secara professional (Muslich, 1998, hlm. 24).

Etika bisnis merupakan ilmu yang dibutuhkan banyak pihak tetapi masih bersifat problematik dari sisi metodologis. Ilmu ini dibutuhkan untuk merubah performa dunia bisnis yang dipenuhi oleh praktek-praktek malbisnis. Praktek malbisnis adalah *business crimes* atau *business tort* yaitu aktifitas bisnis yang melanggar hukum atau termasuk sebagai kejahatan bisnis.

Business crimes dikenal juga dengan sebutan sebagai *white collare crimes* karena biasanya dilakukan oleh pihak-pihak yang mempunyai status sosial yang kuat dan didukung oleh kekuatan politik (Lukman, 2006, hlm. 70).

Dalam Islam ada beberapa prinsip etika bisnis seperti yang diungkapkan oleh Abdallah A. Hanafi dan Hammid Sallam yang didasarkan pada Al-Qur'an dan Hadis, yaitu; 1) Kebenaran, 2) Kepercayaan, 3) Keikhlasan, 4) Persaudaraan, 5) Ilmu Pengetahuan, 6) Keadilan (Hanafi, 1995, hlm. 9). Lebih lanjut dalam pandangan Al-Qur'an, bisnis menguntungkan itu mengandung tiga element dasar (Mustaq, 1995, hlm. 31), yaitu:

1. Mengetahui investasi yang lebih baik
2. Membuat keputusan yang logis, sehat dan masuk akal.
3. Mengikuti prilaku yang baik.

Sedangkan bisnis yang merugi menurut Al-Qur'an mengandung element-element sebagai berikut (Mustaq, 1995, hlm. 34) :

1. Investasi modal yang jelek.
2. Keputusan yang tidak sehat.
3. Prilaku jahat.

Untuk mengakaji secara cermat bagaimana pandangan etika bisnis Islam mengenai MLM, maka perlu di analisis terlebih dahulu ssistem jaringan kerja yang ada dalam system MLM. Hal-hal tersebut adalah:

1. Menjual.

Salah satu kegiatan mu'amalah adalah jual beli. Jual beli pada MLM pada dasarnya tidak berbeda dengan jual beli pada umumnya. Distributor MLM menawarkan produk pada konsumen, produknya jelas dan kalau perlu ada demonstrasi. Jual beli dilakukan secara sadar dan tanpa ada paksaan. Dan jual beli yang ada pada MLM sudah memenuhi syarat dan rukun jual beli, yaitu adanya penjual dan pembeli, adanya barang yang dijual belikan serta adanya ijab qabul. Selain itu, nilai yang paling dijunjung dalam transaksi ini hādala kejujuran (*trust*). Kejujuran merupakan puncak moralitas dan karakteristik seseorang yang beriman.

2. Sistem berjenjang.

MLM dengan menggunakan system berjenjang mengandung beberapa unsur yaitu silaturahmi, *ta'awun*, *da'wah* dan *tarbiyah* antara *up line* dan *down line*. Karena kembali kepada kepada tugas pokok dari MLM yaitu mengajak dan mengajarkan, membangun organisasi, membina dan memotivasi distributor dibawahnya (*down line*) maka *up line* harus sering bertemu dengan mengadakan meeting bersama *down line*.

3. Insentif (bonus dan komisi).

Dalam masalah komisi, perusahaan MLM memberikan penghargaan bagi distributor yang telah memenuhi target penjualan dan kerja kerasnya. Adapun keuntungan yang diperoleh oleh distributor antara lain:

- a. Membeli produk dengan harga khusus yaitu harga distributor. Biasanya harga distributor itu lebih rendah dari harga konsumen antara 10 % sampai 20%.
- b. Mendapatkan diskon setiap pembelian produk yang diberikan pada akhir bulan.
- c. Mendapat keuntungan langsung dari penjualan kepada konsumen
- d. Apresiasi perusahaan terhadap kerja keras distributor.

4. Produk dan Harga.

Dalam hal produk, MLM memasarkan produk yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat pada umumnya. Sehingga tidak ada unsure gharar karena produknya jelas. Sedangkan untuk harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk dan dalam batas kewajaran harga pasar.

Dari sistem yang ada pada MLM tidak ada yang bertentangan dengan etika bisnis terkhusus pada bidang pemasaran produk (*marketing*). Semuanya berjalan sesuai dengan rule yang ada. Tidak mengeherankan bahwa orang yang berkecimpung dalam bisnis ini selalu beremangat dan profesional. Semangat ini merupakan cerminan dari etos kerja muslim yang selalu bekerja keras dan berdasarkan keyakinan bahwa bekerja adalah suatu ibadah.

5. Multi Level Marketing Dalam Perspektif Hukum Islam

Dalam kaidah umum syariah Islam bahwa segala sesuatu (*muamalah*) hukum asalnya adalah boleh, selama tidak ada dalil yang melarangnya. termasuk MLM adalah salah satu bentuk muamalah yang ada saat ini. Oleh karenanya, pada dasarnya jenis jual beli yang menggunakan sistem MLM tidak menjadi masalah. selama tidak ada hal-hal yang dilarang oleh syariah dalam praktik MLM tersebut. Hal-hal yang dilarang dalam muamalah jual beli adalah apabila ada unsur riba, *gharar* (penipuan), *jahalah* (sesuatu yang tidak pasti), *dzulm* (ada unsur menyakiti/aniaya kepada pihak yang terkait dengan muamalah jual beli tersebut).

Sebagaimana yang diketahui, bahwa MLM sendiri mempunyai berbagai macam bentuk. ada yang menjadikan barang keperluan sehari-hari sebagai komoditi dalam MLM itu, ada yang jual beli jasa. Mengenai alat komoditi ini, selama barang atau jasa yang dijadikan komoditi dalam MLM itu bukan merupakan suatu yang haram atau diharamkan, maka tidak menjadi masalah.

Dari paparan di atas, jelas menunjukkan bahwa MLM sebagai bisnis pemasaran dibangun berdasarkan formasi jaringan tertentu; *bias top down* (atas-bawah) atau *left-right* (kiri-kanan) dengan kata lain *vertical* atau *horizontal* atau perpaduan dari keduanya. Namun formasi seperti ini tidak akan hidup dan berjalan, jika tidak ada *benefit* (keuntungan) yang berupa bonus. Bentuknya bias berupa potongan harga, bonus pembelian langsung, dan bonus jaringan (komisi kepemimpinan). Dari ketiga bonus di atas, bonus yang terakhir inilah yang sering mendapat sorotan.

Selama bisnis Multi Level Marketing MLM bebas dan unsur-unsur haram, seperti riba, *gharar* (tipuan), *dharar* (bahaya) dan *jahalah* (ketidake-lasan), *dzulm* (merugikan hak orang lain), disamping barang atau jasa yang dibisniskan adalah halal, mekanisme kerja dan pembagian keuntungan jelas dan sesuai dengan yang diperjanjikan, maka bisnis Multi Level Marketing hukumnya adalah boleh karena secara prinsip setiap transaksi dalam muamalah dibolehkan berdasarkan kaidah fiqih.

الأصل في المعاملات الإباحة حتى يدل الدليل على التحريمها

Artinya:

Hukum asal transaksi ransaksi mu'amalat adalah boleh sehingga dating dalili yang menyatakan keharamannya

Allah SWT. berfirman:

واحل الله البيع وحرم الربا

Artinya:

"Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba" (QS.Al-Baaqarah: 275),

Sabda Rasulullah SAW:

إنما البيع عن تراض

Artinya:

"Perdagangan itu atas dasar kerelaan." (HR.Al-Baihaqi dan Ibnu Majah)..

Bila barang yang diperjualbelikan dikeragui kehalalannya, dan dalam sistem kerjanya terdapat unsur ketidakpastian pembagian keuntungan, dzulm (kezaliman) dalam pemenuhan hak dan kewajiban, seperti seseorang yang belum mendapatkan target dalam batas waktu tertentu sehingga ia tidak mendapat imbalan yang sesuai dengan kerja yang telah ia lakukan maka bisnis MLM tersebut tidak dibolehkan.

Perusahaan MLM tidak hanya sekedar menjalankan penjualan produk barang tetapi juga produk jasa yaitu jasa *marketing* yang bertingkat-tingkat dengan imbalan berupa *marketing fee*, bonus dan sebagainya tergantung level, prestasi penjualan dan status keanggotaan distributor. Jasa perantara penjualan ini (*makelar*) dalam terminologi fiqih disebut "*Samsarah/simsar*" ialah perantara perdagangan (orang yang menjualkan barang atau mencarikan pembeli) atau perantara antara penjual dan pembeli untuk memudahkan jual beli.

Pekerjaan *samsarah/simsar* berupa makelar, distributor, agen dan sebagainya dalam fiqih termasuk akad *ijarah*, yaitu suatu transaksi

memanfaatkan jasa orang dengan imbalan. Pada dasarnya, para ulama membolehkan jasa ini.. Namun untuk sahnya pekerjaan makelar ini harus memenuhi beberapa syarat disamping persyaratan di atas, antara lain sebagai berikut: (1) Perjanjian harus jelas antara kedua belah pihak. (2) Obyek akad bisa diketahui manfaatnya secara nyata dan dapat diserahkan. (3) Obyek akad bukan hal-hal yang maksiat atau haram.

Distributor dan perusahaan harus jujur, ikhlas, transparan, tidak menipu, dan tidak menjalankan bisnis yang haram atau *syubhat* (yang tidak jelas halal/haramnya). Distributor dalam hal ini berhak menerima imbalan setelah berhasil memenuhi akadnya, sedangkan pihak perusahaan yang menggunakan jasa *marketing* harus segera memberikan imbalan para distributor dan tidak boleh menghanguskan atau menghilangkannya. sesuai dengan hadits Nabi:

أعطوا الأجير أجره قبل ان يجف عرقه

Artinya:

"Berilah para pekerja itu upahnya sebelum kering keringatnya."

Jumlah upah atau imbalan jasa yang harus diberikan kepada makelar atau distributor adalah menurut perjanjian, sesuai dengan firman Allah:

يأيها الذين امنوا أوفوا بالعقود

Artinya:

"Hai orang-orang yang beriman, penuhilah akad-akad (perjanjian-perjanjian) mu (QS. Al-Maidah: 1)

Hadits Nabi:

المسلمون على شروطهم

Artinya:

"Orang-orang Islam itu tenikat dengan perjanjian-perjanjian mereka."

Dalam menjalankan bisnis dengan sistem MLM perlu mewaspadaai dampak negatif psikologis yang mungkin timbul sehingga membahayakan keperibadian, diantaranya: obsesi yang berlebihan untuk mencapai target penjualan tertentu karena terpacu oleh sistem, suasana tidak kondusif yang kadang mengarah pada pola hidup *hedonis* ketika mengadakan acara rapat

dan pertemuan bisnis, banyak yang keluar dan tugas dan pekerjaan tetapnya karena terobsesi akan mendapat harta yang banyak dengan waktu singkat, sistem ini akan memperlakukan seseorang (mitranya) berdasarkan target-target penjualan kuantitatif material yang mereka capai yang pada akhirnya dapat mengkondisikan seseorang berjiwa *matenialis* dan melupakan tujuan asasinya untuk dekat kepada Allah di dunia dan akhirat.

Selain kriteria penilaian yang perlu diperhatikan sebagai berikut:

1. Transparansi penjualan dan pembagian bonus serta komisis penjualan, disamping pembukuan yang menyangkut perpajakan dan perkembangan networking atau jaringan dan level, melalui laporan otomatis secara periodik.
2. Penegasan motif dan tujuan bisnis MLM sebagai sarana penjualan langsung produk barang ataupun jasa yang bermanfaat, dan bukan permainan uang.
3. Meyakinkan kehalalan produk yang menjadi objek transaksi ril (*underlying transaction*) dan tidak mendorong kepada kehidupan boros, hedonis, dan membahayakan eksistensi produk muslim maupun lokal.
4. Tidak adanya *excesive mark up* (*ghubn fakhisy*) atas harga produk yang dijualbelikan di atas covering biaya promosi dan marketing konvensional.
5. Harga barang dan bonus (komisi) penjualan diketahui secara jelas sejak awal dan dipastikan kebenarannya saat transaksi.
6. Tidak adanya eksploitasi pada jenjang manapun antar distributor ataupun antara produsen dan distributor, terutama dalam pembagian bonus yang merupakan cerminan hasil usaha masing-masing anggota (Utomo, 2003)

Mengenai beberapa bisnis yang memakai sistem MLM atau hanya berkedok MLM yang masih meragukan (*syubhat*) ataupun yang sudah jelas ketahuan tidak sehatnya bisnis tersebut baik dan segi kehalalan produknya, sistem marketing fee, legalitas formal, pertanggungjawaban, tidak terbebasnya dari unsur-unsur haram seperti; riba ataupun penggandaan uang,

dzulm dan *gharar* (merugikan nasabah dengan *money game*), *maysir* (perjudian).

C. Penutup

Bisnis perdagangan adalah suatu kegiatan ekonomi yang berkaitan langsung dengan kehidupan masyarakat, termasuk bisnis MLM, terjadi dan berlangsung di masyarakat dan dilakukan antara individu atau kolektif yang satu dengan yang lain sehingga terbentuk sebuah interaksi yang saling menguntungkan serta dilakukan secara sukarela, tanpa ada paksaan. Selanjutnya, Islam sebagai ajaran yang komprehensif telah memberikan dasar maintenance dalam menjaga keberlangsungan hubungan tersebut di atas, yaitu melalui aktualisasi akhlak Islam dalam dunia bisnis dan aktifitas perekonomian lainnya.

Secara umum Multi Level Marketing adalah suatu metode bisnis alternatif yang berhubungan dengan pemasaran dan distribusi yang dilakukan melalui banyak level (tingkatan), yang biasa dikenal dengan istilah *Upline* (tingkat atas) dan *Downline* (tingkat bawah), orang akan disebut *Upline* jika mempunyai *Downline*.

Salah satu ruang lingkup permasalahan dari bisnis MLM yaitu pendukung MLM senantiasa menekankan bahwa anda dapat menjadi kaya karena dimotivasi untuk dapat melakukan MLM di waktu luang sesuai kontrol anda sendiri karena sebagai sebuah bisnis, MLM menawarkan fleksibilitas dan kebebasan mengatur waktu. Beberapa jam seminggu dapat menghasilkan tambahan pendapatan yang besar dan dapat berkembang menjadi sangat besar sehingga kita tidak perlu lagi bekerja yang lain.

Dalam menyikapi bisnis ala MLM, perlu adanya pemahaman secara baik, karena tidak semua MLM sama dalam menjalankan bisnisnya, jika ditinjau dari segi barang yang dijual, bentuk transaksi yang dijalankan. sehingga dalam menetapkan hukum pun juga berbeda antara satu MLM dengan MLM yang lain dikarenakan ada perbedaan dalam hal produk yang dijadikan komoditi, dan bentuk transaksi yang diterapkan. Jika terbukti bahwa dalam suatu bisnis, apapun bentuknya, termasuk MLM, jika terdapat unsur-unsur yang diharamkan syariat, maka bisnis tersebut haram hukumnya.

namun jika tidak ada hal-hal yang dilarang oleh syariah, maka pada dasarnya segala bentuk muamalah adalah boleh, sampai ada dalil yang menerangkan atas keharamannya.

Sistem kerja MLM yang sesuai syariah menurut *al-Quran* dan Hadits yaitu terhindar dari unsur-unsur haram seperti *riba*, *gharar*, *dharar*, dan *jahal*. *Dzulm*, walaupun barang atau jasa yang dibisniskan adalah halal. Dan tidak diperbolehkan memakai sistem MLM atau hanya berkedok MLM yang masih meragukan ataupun yang sudah jelas ketahuan tidak sehatnya bisnis tersebut baik dari segi kehalalan produknya, sistem marketing fee, legalitas formal, maupun pertanggungjawabannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdaallah A. Hanafi & Hammid Sallam, *Islamic Principles Of Business Organisation And Management*, Editor. F.R. Faridi, New Delhi: Nice Printing, 1995.
- Ahmad, Mustaq, *Business Ethics in Islam*, Islamabad: Islamic Research Institute Press, 1995.
- Al-Jaziri, Abdurrahman, *Al-Fiqh ala al-Mazhib al-Arba'ah*, (t.t: Dar al-Fikr li al-Tab'ah wa al-Nasyir, al-Tauzi', Juz. II,
- Axinantio, Yoes, *Multi Level Marketing dan Mail Order*, Cet.ke I (Pekalongan: CV Gunung Mas, 1996
- Fauroni, Lukman, *Arah Dan Strategi Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Magistra Inssania Press, 2006.
- Harefa, Andrias, *Multi Level Marketing: Alternatif Karier Dan Usaha Menyongsong Milinium Ketiga*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1999.

- Harefa, Andrias, *Multi Level Marketing: Alternatif Karier Dan Usaha Menyongsong Milinium Ketiga*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1999.
- K. Bertens, *Etika*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000.
- Keraf, A. Sonny, *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*, Yogyakarta: Penerbit Kanisius. 1998.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi Indonesia, Terj: Alexander Sindoro*, Jakarta: Pringhalindo, 1997.
- Muhammad, Alimin, *Etika & Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta: BPFE UGM, 2004.
- Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: UPP Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 1997.
- Muslich, *Etika Bisnis Pelaksanaan Substantif Dan Fungsional*, Yogyakarta: Ekonosia Kampus Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta, 1998.
- Qordowi, Yusuf, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam, Terj. Zainal Arifin*, Jakarta: Gema Insani Press, 1997.
- Roller, David, *Menjadi Kaya Dengan Multi Level Marketing*, Jakarta: PT. Gramedia, 1995.
- Swasta, Basu, *Azaz-Azaz Marketing*, Yogyakarta: Liberty, 1999.
- Syafi'i, Rahmat, *Ilmu Ushul Fiqh*, Bandung: Pustaka Setia, 1998.
- Rozalinda, *Fiqh Muamalah dan Aplikasinya Dalam Perbankan Syari'ah*, Padang: Hayfa Press, 2005.

Yusuf, Tamizi, *Strategi MLM Secara Cerdas Dan Halal*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2000.