

Tijarah dalam Perspektif Fikih Muamalah pada Halal Network Internasional

Tijarah in the Perspective of Muamalah Fiqh on the Halal Network International

Miftahal Anjarsabda Wira Buana, Moh. Ah. Subhan ZA

ABSTRACT

This study aims to find out why someone becomes an agent of the Halal Network International-PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (HNI-HPAI). Furthermore, how is the Sharia MLM system at HNI-HPAI and how is the analysis of community decisions to become Halal and Legal Multi-Level Marketing (MLM) agents. Meanwhile, the data shows that more and more people are interested in joining the HNI-HPAI agents, whether the products are consumed for themselves or as a business field. And the analysis of people's decisions to become agents, there is clarity or transparency regarding the network business strategy used, and the products sold, bonuses, and royalties on HNI-HPAI are based on ju'alah contracts where bonuses and royalties given to agents are based on merit. work of each agent. And the analysis of people's decisions to become agents, there is clarity or transparency regarding the network business strategy used, and the products sold, bonuses, and royalties on HNI-HPAI are based on ju'alah contracts where bonuses and royalties given to agents are based on merit. work of each agent.

Keywords: *tijarah, sharia MLM, Halal Network Indonesia*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui alasan seseorang menjadi agen dari Halal Network Internasional-PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (HNI-HPAI). Lebih lanjut, bagaimana sistem MLM Syariah di HNI-HPAI dan bagaimana analisis keputusan masyarakat menjadi agen Multi-Level Marketing (MLM) yang Halal dan Legal. Sementara itu data mencatat semakin hari semakin banyak minat masyarakat yang bergabung menjadi agen HNI-HPAI baik produknya dikonsumsi untuk diri sendiri maupun untuk dijadikan ladang bisnis. Dan analisis keputusan masyarakat menjadi agen, terdapat kejelasan atau transparansi mengenai strategi bisnis jaringan yang digunakan serta produk-produk yang dijual, bonus dan royalti pada HNI-HPAI adalah berdasarkan akad *ju'alah* di mana bonus dan royalti yang diberikan kepada para agen adalah berdasarkan prestasi kerja dari masing-masing agen. Dan analisis keputusan masyarakat menjadi agen, terdapat kejelasan atau transparansi mengenai strategi bisnis jaringan yang digunakan serta produk-produk yang dijual, bonus dan royalti pada HNI-HPAI adalah berdasarkan akad *ju'alah* di mana bonus dan royalti yang diberikan kepada para agen adalah berdasarkan prestasi kerja dari masing-masing agen.

Kata Kunci: *tijarah, MLM syariah, Halal Network Indonesia*



JIHBIZ
Jurnal Ekonomi,
Keuangan dan
Perbankan Syariah
P-ISSN 1238-1235

Vol. 3 No. 2 2019
Page 159-173

Published by:

Program Studi Ekonomi Syariah dan
Program Studi Perbankan Syariah
Universitas Islam Raden Rahmat Malang,
Indonesia

Website:

<http://ejournal.uniramalang.ac.id/index.php/jihbiz/>

Article's DOI:

<https://doi.org/10.33379/jihbiz.v3i2.800>



Author(s):

Miftahal Anjarsabda Wira Buana
Universitas Islam Lamongan, Indonesia
Email: miftahulanjar@unisla.ac.id

Moh. Ah. Subhan ZA

Universitas Islam Lamongan, Indonesia
Email: ma.subhan.za@unisla.ac.id

Correspondence:

miftahulanjar@unisla.ac.id

Article Type:

Viewpoint

1. Pendahuluan

Dunia bisnis merupakan suatu keadaan di mana setiap tindakan untuk pengembangan masa depan bisnis yang berkesinambungan. Maka analisis keputusan sangat penting dalam ruang lingkup bisnis yang sedang dilakukan. Bagi orang-orang yang terlibat di dalamnya akan memberi dampak pada apa yang akan diputuskan selanjutnya.

Penilaian Individu menjadi peran yang penting dalam aspek terjadinya suatu putusan. Setiap individu akan memandang putusan tersebut didasarkan berbagai sisi yang berbeda. Yaitu lebih kepada keyakinan yang dimiliki seseorang dalam memahami kondisi serta berakhir pada pengambilan keputusan.

Penilaian yang diambil didasarkan pada latar belakang, pengalaman masa kecil, faktor keluarga dan sebagainya. Yang memang mempengaruhi seseorang dalam cara berpikir kemudian cara menilai sesuatu berdasarkan pengalaman dan pemikiran baru.

Selain itu, ideologi seseorang ini juga disebabkan oleh tingkah laku dan tindakan yang dominan dalam pengambilan sebuah keputusan. Cara berpikir dalam satu waktu yang sama antara satu orang dan orang lainnya tentu akan berbeda.

Hal inilah yang pada akhirnya sebuah keputusan diambil dari berbagai pemikiran, penilaian serta tindakan yang tepat dan respons yang cepat. Pemikiran ini juga dilakukan dengan menanggung beberapa risiko yang akan muncul setelah diputuskan sebuah keputusan.

Secara umum agen berarti perusahaan yang bergerak di dalam perdagangan yang bertindak sebagai perantara untuk mempertemukan pembeli dan penjual barang atau jasa, dengan menerima premi berdasarkan perjanjian yang telah disepakati berdasarkan nilai transaksi yang dilakukan.

Agen merupakan pengusaha yang bergerak dalam perdagangan atau penyaluran suatu barang. Sebagaimana kita tahu bersama ada yang namanya saluran distribusi tidak langsung, di mana perusahaan dalam menyalurkan produknya kepada konsumen akhir (*end user*) menggunakan perantara. Seperti agen, pedagang besar dan pengecer.

Produsen menjalankan kegiatan perdagangan besarnya dapat dibantu oleh agen (agen penjualan atau agen pabrik) sebagai penyalurnya. Kemudian agen memiliki sasaran penjualannya terutama ditujukan kepada para pengecer besar (*retailer*). Dan selanjutnya toko ritel tersebut menjual produknya kepada konsumen.

Perkembangan macam-macam bentuk muamalah yang dilaksanakan oleh manusia sejak dahulu sampai sekarang sejalan dengan perkembangan kebutuhan dan pengetahuan manusia itu sendiri. Maka Ibnu Qayyim alJauziyah mengungkapkan sebuah kaidah ushul yang berbunyi: *"Taghayur al-fatwa wakhtilafuha bihasbi taghyuri al-azman wa al-amkinah wa alahwal wa-al-niat wa al-awa'id"* (Berubah dan berbedanya fatwa sesuai dengan perubahan tempat, zaman, kondisi sosial, niat, dan adat kebiasaan) (Mardani, 2013).

Bisnis pengobatan ala Nabi memang disunahkan karena mengikuti anjuran Nabi untuk melakukan pengobatan yang beliau ajarkan misalnya dengan meminum madu, memakan kurma

juga berbekam untuk mengeluarkan darah-darah yang kotor. Bukan berarti Muslimin tak diizinkan menggunakan obat-obatan modern. Hanya saja, *thibbun nabawi* hendaknya selalu diutamakan. Ibnul Qayyim dalam "Thibbun Nabawi" mengatakan, para tabib sepakat ketika memungkinkan pengobatan dengan bahan makanan, jangan beralih pada obat-obatan kimia. Ketika memungkinkan mengonsumsi obat yang sederhana, jangan beralih memakai obat yang kompleks.

Umat Islam dalam kehidupan modern ini menghadapi tantangan yang cukup berat. Di satu sisi ia harus mampu mengikuti perkembangan global dibidang ekonomi, ilmu pengetahuan dan teknologi, sementara di sisi lain ia juga harus berpegang teguh pada ketentuan yang ada dalam syariah (Umam, 2016). Zaman modern saat ini banyak produk-produk baru bermunculan di pasaran yang menggunakan sistem Penjualan Langsung Berjenjang. Salah satu produk yang berkembang saat ini yaitu produk dalam bentuk herbal, yang menawarkan kesehatan alamiah.

Halal Mart HPAI di Lamongan ini sistem penjualannya menggunakan sistem *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah atau Penjualan Langsung Berjenjang Syariah yang mulai digemari oleh sebagian masyarakat yang telah mengetahui sistem HPAI ini dan melihat ke belakang juga Bisnis MLM masih mendapat respons negatif dari mayoritas masyarakat.

kebanyakan para agen masih banyak yang belum mengetahui analisis mereka menjadi agen dari HNI-HPAI sehingga mereka ketika keliling mencari *member* baru belum bisa menjelaskan yang sebagian agen hanya berfokus pada produk dan manfaat HPAI, Sementara itu data mencatat semakin hari semakin banyak minat masyarakat yang bergabung menjadi agen HPAI baik konsumsi untuk diri sendiri maupun untuk dijadikan ladang bisnis.

Artikel ini menegaskan bahwa pentingnya analisis yang melandasi keputusan dalam setiap usaha agar ke depannya usahanya tersebut fokus dan terarah dan Melihat masalah di atas penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang bagaimana sistem MLM Syariah di HNI-HPAI dan bagaimana analisis keputusan masyarakat menjadi agen dari HNI-HPAI agar bisa menjelaskan kepada masyarakat manfaat dan keuntungan menjadi agen HNI-HPAI, Bapak Muhammad Munir yang bulan Maret kemarin mendaftar umrah adalah salah satu Agen HNI yang bisa dikatakan besar di Desa Tebluru kecamatan Solokuro Kabupaten Lamongan.

2. Kajian Pustaka

2.1 *Multi-Level Marketing*

Multilevel marketing (MLM) adalah saluran distribusi ritel yang memiliki dampak negatif citra di benak banyak individu dan berada di bawah pengawasan yang semakin ketat oleh badan pengatur pemerintah di seluruh dunia. Sering dituding bahwa perusahaan MLM mungkin merupakan skema piramida ilegal, dan perusahaan tidak etis. Salah satu perhatian utama yang semakin diangkat adalah sejauh mana yang disebut konsumsi internal (Albaum dan Peterson, 2011). *Multilevel marketing* (MLM) adalah bentuk penjualan langsung eceran (yaitu, tatap muka)

Menjual jauh dari lokasi ritel tetap yang menurut definisi memiliki *multilevel* struktur kompensasi. Penjualan langsung, termasuk MLM, adalah ritel tertentu saluran distribusi di mana wiraniaga atau distributor berada dalam bisnis untuk sendiri dan beroperasi sebagai pemasar

independen. Distributor ini menjual kepada konsumen, termasuk diri mereka sendiri, dan dengan demikian MLM adalah bentuk konsumen pemasaran. Vander Nat & Keep, (2002) mengatakan bahwa MLM adalah cara mendistribusikan produk atau layanan di mana: distributor memperoleh pendapatan dari penjualan eceran mereka sendiri dan dari penjualan yang dilakukan oleh *member* rekrutan langsung dan tidak langsung lainnya, yaitu orang yang mereka rekrut untuk dijual, dan orang-orang yang direkrut mereka, ke dalam organisasi penjualan langsung sebagai distributor.

Neil Offen, mantan presiden Penjualan Langsung Amerika Serikat Association, mengidentifikasi enam jenis tenaga penjual penjualan langsung (*direct selling salespersons*) yang berbeda, termasuk mereka yang bekerja untuk perusahaan MLM (dikutip dalam Roche, 1995):

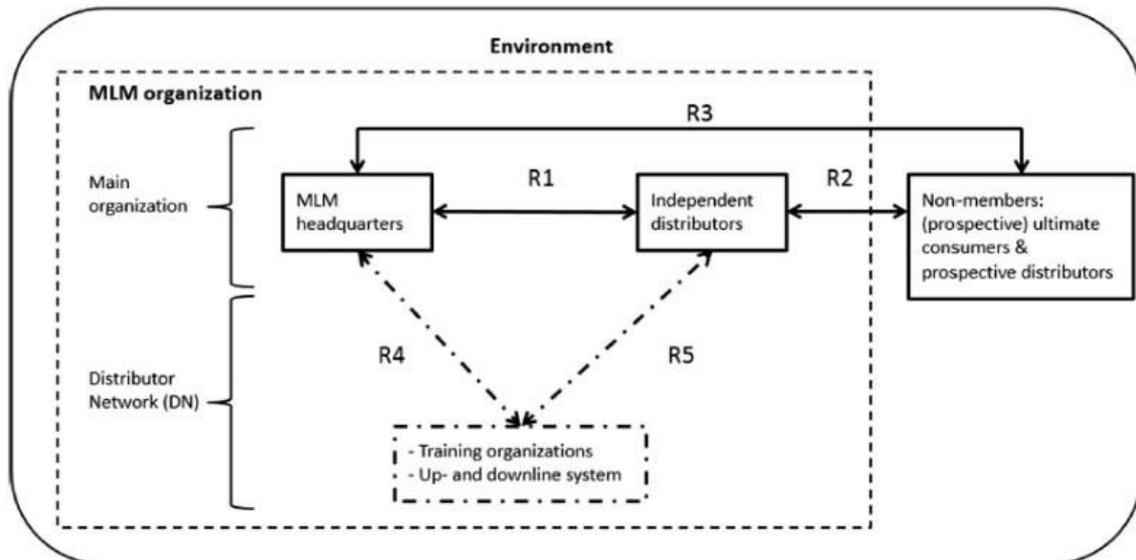
1. Penjual karier (*The career seller*). Penjualan langsung untuk distributor ini adalah jurusannya sumber pendapatan.
2. Penjual permanen paruh waktu (*Part-time permanent seller*). Distributor ini membutuhkan pendapatan, tetapi memiliki waktu yang tersedia hanya terbatas.
3. Penjual objektif jangka pendek (*Short-time objective seller*). Distributor ini memiliki tujuan khusus dalam pikiran, seperti mendapatkan cukup uang untuk membeli kulkas. Misalnya orang mungkin masuk dan keluar dari penjualan langsung sepanjang tahun.
4. Penjual yang sadar sosial (*Socially conscious seller*). Distributor ini sangat percaya pada produk nilai bagi masyarakat dan ingin membaginya dengan orang lain.
5. Penjual pencari kontak sosial (*Social contact seeker seller*). Distributor ini dalam penjualan langsung untuk pengakuan yang diberikan kepada orang-orang atas usahanya.
6. Penjual konsumsi internal (*Internal consumption seller*). Distributor ini membeli produk atau layanan dengan diskon untuk penggunaan pribadi atau keluarga.

2.2 *Extended Model of MLM: Organisasi Utama dan Jaringan Distributor*

Organisasi utama seperti yang dijelaskan Gambar 1 membantu untuk memahami upaya koordinasi oleh kantor pusat. Namun, pelatihan dan sosialisasi di MLM sering dilakukan oleh distributor independen tingkat tinggi. Juth-Gavasso (1985) dalam analisisnya tentang Amway menunjukkan, distributor perilaku sangat dipengaruhi oleh apa yang dia sebut “organisasi pelatihan.” Organisasi pelatihan ini adalah dijalankan oleh distributor independen tingkat tinggi yang mengorganisir pertemuan rutin dan memberikan materi motivasi (buku, video, grafik pendapatan, dan lain-lain.). Organisasi pelatihan termasuk distributor nomor di mana saja dari beberapa 100-1000 atau bahkan 10.000.

Tugas organisasi pelatihan adalah untuk mengajarkan (baru) distributor tali bisnis. Selain itu, dan di sini kita melampaui Juth-Gavasso (1985), distributor disosialisasikan dalam *upline* dan sistem *downline* MLM. Dalam MLM, semua distributor yang merekrut dapat menggunakan program pendidikan organisasi pelatihan dan, pada saat yang sama, menawarkan dukungan dan pendidikan untuk *downline* mereka sendiri. Kegiatan khas antara anggota *upline* dan *downline* adalah telepon biasa (harian) panggilan, pertemuan informal, dan anggota *upline* yang menyertai *downline* baru mereka untuk wawancara rekrutmen atau produk penjualan (Smith, 2013). Jadi, pelatihan, motivasi, pendidikan—atau, untuk katakan secara lebih umum: sosialisasi

dan indoktrinasi distributor—ditangani oleh organisasi pelatihan independen maupun oleh anggota *upline*.



Gambar 1 Extended Model of MLM

Sumber: Groß dan Vriens (2019)

2.3 MLM dalam Pandangan Islam

Hukum MLM pada dasarnya ditentukan oleh bentuk muamalahnya. Jika muamalah yang terkandung di dalamnya tidak bertentangan dengan syariat Islam, maka bolehlah MLM tersebut. Sebaliknya, jika muamalahnya bertentangan dengan syariat Islam, maka haramlah MLM tersebut. Dalam MLM ada unsur jasa, artinya seorang distributor menjualkan barang yang bukan miliknya dan ia mendapatkan upah dari persentase harga barang dan jika dapat menjual sesuai target dia mendapat bonus yang ditetapkan perusahaan.

Pada dasarnya segala bentuk muamalah atau transaksi hukumnya boleh (mubah) sehingga ada argumentasi yang mengharamkannya. Islam mempunyai prinsip-prinsip tentang pengembangan sistem bisnis yaitu harus terbebas dari unsur *dharar* (bahaya), *jahalah* (ketidakjelasan) dan *zhulm* (merugikan atau tidak adil terhadap salah satu pihak). Sistem pemberian bonus harus adil, tidak menzalimi dan tidak hanya menguntungkan orang yang di atas.

Dikutip dari artikel Marimin, Dkk (2016), sama halnya seperti cara berdagang yang lain, strategi MLM harus memenuhi rukun jual beli serta akhlak (etika) yang baik. Di samping itu komoditas yang dijual harus halal (bukan haram maupun syubhat), memenuhi kualitas dan bermanfaat. MLM tidak boleh memperjualbelikan produk yang tidak jelas status halal-halalnya. Atau menggunakan modus penawaran (iklan) produksi promosi tanpa mengindahkan norma-norma agama dan kesusilaan. Sehingga, pada dasarnya sistem MLM adalah muamalah atau *buyu'* yang prinsip dasarnya boleh (mubah) selagi tidak ada unsur: - Riba' - *Ghoror* (penipuan) - *Dhoror* (merugikan atau menzalimi pihak lain) - *Jahalah* (tidak transparan).

Konsep Halal mengacu pada barang dan jasa yang diproduksi dan diproses sesuai dengan hukum Islam (Syahrivar Dkk, 2018). Ini mencakup spektrum yang luas dari barang dan jasa serta

berbagai industri yang terkait dengan gaya hidup konsumen Muslim. Muslim yang taat harus menyesuaikan diri dengan hukum Islam dan mendukung ekonomi berbasis Islam meskipun mereka biasanya tunduk pada interpretasi dari otoritas Islam setempat (Razimi dkk, 2017). Dalam hal ini, MLM Islam dapat dianggap sebagai bagian dari ekonomi berbasis Islam. Fitur menonjol dari *Multilevel Marketing* atau MLM model bisnisnya adalah terdiri dari beberapa lapisan penjualan orang, di mana setiap tenaga penjualan bertanggung jawab untuk menjual Barang MLM antar *member* sekaligus rekrut anggota baru (biasanya disebut "*downliner*") sebagai cara untuk membuat uang atau keuntungan (Ishak dan Abdullah, 2012). Menurut Syahrivar dkk (2019), MLM Syariah didefinisikan sebagai model bisnis MLM yang menerapkan ajaran Islam, dapat menjual barang dan jasa dan model bisnisnya diatur oleh Hukum Syariah.

3. Metode Penelitian

3.1 Penelitian Lapangan

Penelitian ini dilaksanakan di Agen HNI-HPAI yang ada di Lamongan,. Metode penelitian yang dipakai adalah metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dan lisan dari individu atau kelompok serta perilaku yang dapat diamati (Moelong, 1998). Dalam hal ini untuk meneliti dan menemukan secara spesifik tentang MLM Syariah di HNI HPAI dan langkah-langkah serta keputusan seorang menjadi agen dari HNI-HPAI.

Pada umumnya, penelitian dilakukan guna mencari kebenaran dan menemukan fakta-fakta. Berdasarkan pada pemaparan permasalahan di atas, metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yakni "metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *post positivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiono, 2017).

Untuk memperoleh data, penulis mewawancarai tiga agen dari HNI-HPAI. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu: wawancara, observasi dan dokumentasi. Pada penelitian ini digunakan teknik wawancara yang tidak terstruktur yaitu melakukan wawancara dengan membawa serentetan pertanyaan terperinci, dapat diubah pada saat wawancara, disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi saat wawancara. Metode wawancara atau interviu digunakan untuk memperoleh data tentang latar belakang sejarah berdirinya HNI-HPAI, struktur organisasi, visi dan misi. Sedangkan observasi digunakan untuk mengamati secara langsung proses pengambilan keputusan yang ada pada obyek penelitian, sehingga obyektivitas hasil penelitian dapat terjamin. Serta teknik dokumentasinya digunakan untuk mendapatkan data-data yang sifatnya tertulis, seperti sejarah berdirinya lembaga, struktur organisasi, laporan kegiatan, dan lain sebagainya. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi dan mengoreksi data yang diperoleh dari interviu dan observasi agar validitasnya tidak diragukan lagi.

Dilihat dari jenisnya, penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*Field Research*), karena dilihat dari tujuan yang dilakukan peneliti untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi lingkungan sesuatu unit sosial individu, kelompok, lembaga atau masyarakat (Suryabrata 2010). Dalam penelitian ini, penulis terjun langsung kelapangan untuk bertemu dengan pihak-pihak terkait guna melihat bagaimana keputusan masyarakat menjadi agen HNI-HPAI di Lamongan.

3.2 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif, yaitu proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit, melakukan sintesis, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2007). Adapun analisis data yang penulis lakukan adalah mengumpulkan data yang diperoleh, kemudian disusun dan diklarifikasikan untuk dianalisis dan diinterpretasikan dalam bentuk kalimat yang sederhana dan mudah dipahami sehingga data tersebut dapat diambil pengertiannya untuk mendapatkan kesimpulan sebagai hasil penelitian.

3.3 Profil Informan

Berikut Tabel 1 profil informan yang menjadi data primer penelitian ini.

Tabel 1 Profil Informan

No.	Nama Informan	Agen
1.	Moh Munir	HNI-HPAI Kecamatan Solokuro Kabupaten Lamongan
2.	Muhammad Muhsinin	HNI-HPAI Kecamatan Sarirejo Kabupaten Lamongan
3.	Mohammad Sofwan	HNI-HPAI Kecamatan Glagah Lamongan

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Profil HNI-HPAI

PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI), yang kemudian dikenal sebagai Halal Network International (HNI), merupakan salah satu perusahaan bisnis halal *network* di Indonesia yang fokus pada penyediaan produk-produk barang konsumsi (*consumer goods*) yang halal dan berkualitas. Sesuai dengan akta pendirian perusahaan, PT HPAI secara resmi didirikan pada tanggal 19 Maret 2012.

HNI merupakan hasil dari perjuangan panjang dengan tujuan untuk menjayakan produk-produk halal berkualitas yang berasaskan *Thibbunnabawi*; membumikan, memajukan, dan mengaktualisasikan ekonomi Islam di Indonesia melalui *entrepreneurship*, dan juga turut serta dalam memberdayakan dan mengangkat UMKM nasional.

4.1.1 Pimpinan

Dewan Syariah

- Dr. H. Mawardi Muhammad Saleh, MA
- Dr. H. Endy M. Astiwaru, MA, AAAIJ, FIIS (BPH DSN-MUI)

Dewan Komisaris

- H. Muslim M. Yatim, Lc, MM (Komisaris Utama)
- H. Rofik Hananto, SE (Komisaris)
- H. Erwin Chandra Kelana, ST (Komisaris)

Dewan Direksi

- H. Agung Yulianto, SE, Ak, M.Kom (Direktur Utama)
- Amir Hamzah (Direktur Marketing)
- Abdul Aziz (Direktur Logistik & Produk)
- Wahyudi Hidayat (Direktur Teknologi)
- Rini Iswanti (Direktur Keuangan & SDM)

4.1.2 Visi

Menjadi Pemimpin Industri Halal Kelas Dunia (dari Indonesia).

4.1.3 Misi

Menjadi perusahaan jaringan pemasaran papan atas kebanggaan Ummat. Menjadi wadah perjuangan penyediaan produk halal bagi umat Islam. Menghasilkan pengusaha-pengusaha muslim yang dapat dibanggakan, baik sebagai pemasar, pembangun jaringan maupun produsen.

4.1.4 Keunggulan

1. HNI memiliki Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang senantiasa proaktif mengawasi, mengevaluasi, memberi masukan serta nasihat untuk menjaga bisnis halal *network* HNI tetap berada dalam koridor syariah Islam.
2. HNI memiliki Sertifikat DSN (Dewan Syariah Nasional) - MUI Pusat, sebagai bentuk legal formal pengesahan bahwa bisnis halal *network* HNI telah memenuhi prinsip-prinsip syariah Islam.
3. HNI menjual produk-produk yang dijamin 100% halal, karena semua produk diawasi langsung oleh orang-orang yang memiliki kompetensi dan pemahaman tentang kehalalan produk.
4. HNI memiliki *success plan* yang adil, menguntungkan, serta sesuai dengan syariah Islam.
5. Bisnis di HNI dapat diwariskan selama perusahaan masih berdiri.
6. HNI adalah bisnis yang memberikan peluang keuntungan di dunia dan juga di akhirat.
7. HNI memberikan keterampilan (*life skill*) pada bidang kesehatan *Thibbun Nabawi* yang bermanfaat untuk diri sendiri, keluarga, dan masyarakat.
8. Bisnis di HNI didukung oleh kekuatan manajemen dalam online *system* untuk memastikan akuntabilitas dan aksesibilitas setiap Agen dan *Leader* yang berbisnis di HNI.
9. HNI dimiliki 100% oleh Muslim yang berkomitmen pada nilai-nilai kemuliaan Islam. HNI didirikan, dibangun, dan dikelola oleh insan-insan profesional Muslim Indonesia.
10. HNI hanya memproduksi, menyediakan, memasarkan, dan mendistribusikan produk-produk yang berkualitas berdasarkan asas alamiah, ilmiah, dan ilahiah.
11. Semangat keislaman menjadi spirit dan nilai-nilai akhlak serta asas dalam bekerja dan berniaga di HNI.
12. HNI memiliki sejumlah Business Center (BC) dan Agen Stok dalam jalur pendistribusian produk yang tersebar di hampir seluruh provinsi Indonesia, bahkan juga di beberapa negara, dan jumlah Agen HNI yang terus tumbuh berkembang.
13. HNI menggunakan servis berbasis online (*Web Base Online Services*) yang memungkinkan aktivitas penjualan Agen Stok dan Business Center (BC) dapat dilakukan 100% secara online.

4.2 MLM Syariah HNI-HPAI

Menurut Peter J. Cloither (1994), *Multilevel Marketing* atau yang terkadang juga disebut dengan *Networking Selling* (jaringan penjualan) atau *direct selling* (penjualan langsung) adalah bentuk pemasaran suatu produk atau jasa dari suatu perusahaan yang dilakukan secara perorangan atau berkelompok yang membentuk jaringan secara berjenjang, lalu dari hasil penjualan pribadi dan jaringan tersebut, setiap bulannya perusahaan akan memperhitungkan bonus atau komisi sebagai hasil usahanya.

Sedangkan menurut Agustino (2002), *Multilevel Marketing* adalah merupakan sebuah sistem pemasaran modern melalui jaringan distribusi yang dibangun secara permanen dengan memosisikan pelanggan perusahaan sekaligus sebagai tenaga pemasaran. Singkatnya, bahwa *Multilevel Marketing* 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.

hukum transaksi muamalah adalah mubah (boleh) kecuali melanggar aturan syariah. Para ulama mendefinisikan ada 4 kategori yang menyebabkan muamalah itu haram, yaitu: Riba, *Ghurur*, *Zhalim*, Khianat. Dan bisa ditambah satu lagi yaitu Haram Produk dan Transaksinya

Sebab tersebut yang dijadikan sebagai faktor penguji halal-haramnya transaksi/bisnis. Dan secara universal yang dipakai oleh Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI) dalam mengategorikan mana MLM yang benar dan mana yang berbau *money-game*.

Multi-Level Marketing (MLM) yang Halal dan Legal: Biaya *Join* rendah atau minimal, Tidak ada Bonus *Rekrutmen* atau proporsinya sangat kecil dibandingkan bonus dari transaksi *repeat order*, Harga Produk wajar, tidak ada *over/excessive price*, sehingga *member* yang tidak sukses tidak dirugikan, *Marketing Plan*-nya adil, tidak menganut Sistem Piramida, *binary* dan sejenisnya.

HNI memiliki jaminan Halal Produk dan Halal System.

- a. Alhamdulillah berperan dalam mensyiarkan Kesehatan sesuai ajaran Nabi (*Thibbun Nabawy*) seperti hijamah, habassauda, madu, dan lain-lain hingga menjadi Kesehatan *Complimentary* yang diperhitungkan.
- b. Mampu memberikan kesejahteraan yang cukup berarti. Saat ini sudah banyak Agen HNI yang berpenghasilan Rp 6 juta-Rp200 juta-an setiap bulannya, dan dengan investasi besar-besaran yang akan dilakukan insya Allah akan terus meningkat.
- c. Tidak ada Bonus Rekrutmen, dan biaya bergabung hanya Rp 30.000 atau Rp10.000 di tambah Starter Kit dan manfaat melebihi dari apa yang dibayarkan.

Terdapat beberapa prinsip bisnis perdagangan (*tijarah*) dalam perspektif fikih muamalah yang dapat dijadikan dasar pengembangan aktivitas transaksi bisnis dan perekonomian modern, yaitu:

- a. Sesungguhnya syariat Islam telah mendorong umatnya untuk memperoleh kesuksesan hidup bahkan menganjurkan mereka agar tidak hanya mampu mencukupi kebutuhan hidup melainkan juga dapat meraih “yang lebih” (Q.S. Al-Baqarah [2]: 198):

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رِّبِّكُمْ^ط فَإِذَا أَفَضْتُمْ مِّنْ عَرَفَتٍ فَأَذْكُرُوا
اللَّهَ عِنْدَ الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ^ط وَاذْكُرُوهُ كَمَا هَدَيْكُمْ^ج وَإِنْ كُنْتُمْ مِّنْ قَبْلِهِ لَمِنَ الضَّالِّينَ

Artinya:

Bukanlah suatu dosa bagimu mencari karunia dari Tuhanmu (pada musim haji). Apabila kamu bertolak dari Arafah, berzikirlah kepada Allah di Masyaril Haram. Berzikirlah kepada-Nya karena Dia telah memberi petunjuk kepadamu meskipun sebelumnya kamu benar-benar termasuk orang-orang yang sesat. (Q.S. Al-Baqarah [2]: 198).

- b. Syariat Islam mengakui bahwa kuantitas rezeki umat terkonsentrasi pada bisnis perdagangan, oleh karenanya syariat Islam memberi perhatian yang besar pada masalah perdagangan, yang demikian ditunjukkan dengan pernyataan tegas Al-Qur'an tentang kehalalan jual-beli dan keharaman riba dalam mencapai kemapanan di bidang ekonomi (Q.S. Al-Baqarah [2]: 275):

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ^ط
ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ
مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَاتْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ
النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya:

Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya. (Q.S. Al-Baqarah [2]:275).

- c. Kegiatan bisnis perdagangan tidak hanya dipandang sebagai aktivitas komersial semata melainkan juga merupakan wujud dari ibadah dalam pengertiannya yang luas, yang meliputi saling kenal mengenal, silaturahmi dan interaksi berihisan (Q.S. Adz-Dzariyat [51]:56):

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

Artinya:

Tidaklah Aku menciptakan jin dan manusia kecuali untuk beribadah kepada-Ku. (Q.S. Adz-Dzariyat [51]:56).

- d. Islam memberikan jalan lebar bagi manusia untuk berimprovisasi dan berinovasi dalam mengenal sistem, teknis dan mediasi bisnis perdagangan; sebagaimana dinyatakan dalam adagium *ushul fikih*: "الأصل في المعاملة الإباحة إلا ما دل الدليل على خلافه" Hukum asal muamalah (termasuk perdagangan dan segala macam transaksi yang berkaitan) adalah mubah selama tidak ada pernyataan dalil yang menyatakan kebalikannya".
- e. Bisnis perdagangan yang dilakukan dalam bentuk apa pun harus senantiasa memenuhi rukun jual-beli serta akhlak yang baik. Di samping itu, komoditas yang akan diperjual-belikan harus halal dan dengan menggunakan modus penawaran produk (promosi) yang senantiasa mengindahkan norma-norma agama dan kesusilaan (Hidayat, 2003).

4.3 Keputusan Menjadi Agen HNI-HPAI

Berdasarkan wawancara cara dengan informan pertama Moh Munir, PT Herba Penawar Alwahida Indonesia adalah sudah sesuai dengan syariat Islam di mana bisnis yang dilakukan adalah bisnis jaringan halal yang bertujuan menguasai pasar industri halal dunia dengan mengembangkan bisnis halal *network* dan mendistribusikan produk halal milik pengusaha muslim yaitu dengan gesit PCA dan HS setiap hari dengan berulang-ulang serta melakukan CAKEB (Cara Kerja Benar) dengan tidak melanggar syariat Islam yaitu (1) produk yang diperjualbelikan merupakan produk yang halal berupa produk-produk kesehatan yang berasaskan *thibunnabawi* yaitu dengan bahan-bahan herbal, (2) muamalah yang dilakukan merupakan muamalah islami di mana tidak ada unsur penipuan karena terdapat transparansi dalam harga produk, kualitas produk dan bisnis jaringannya (3) terdapat kejelasan atau transparansi mengenai strategi bisnis jaringan yang digunakan serta produk-produk yang dijual. Strategi bisnis *Business Center* Lamongan tidak terdapat sistem *money game* atau permainan uang yang hanya menguntungkan anggota yang sudah berada di atas. Hal tersebut juga dilarang oleh ekonomi Islam karena hanya memutarakan uang tanpa adanya suatu produk yang dijual.

Nilai integritas HNI HPAI lainnya adalah nilai kepercayaan. Integritas menciptakan suatu kepercayaan bagi orang lain. Kepercayaan berarti memberikan sesuatu kepada orang lain untuk dikerjakan sesuai dengan ekspektasi yang dimiliki. HNI HPAI memperlakukan konsumen sesuai dengan haknya. HNI HPAI menerapkan nilai integritas akan memperlakukan konsumen atau pemangku kepentingan lain tidak semena-semena dan memberikan apa yang sudah menjadi haknya tanpa berkeinginan untuk melakukan pengurangan.

semua produk pada PT HPAI sudah mendapat ijin edar dari BPOM dan sertifikasi halal dari MUI. Produk-produk yang dijualnya berupa produk kesehatan yang berasaskan *thibunnabawi*. Adapun sistem bonus dan royalti pada PT HPAI adalah berdasarkan akad *ju'alah* di mana bonus dan royalti yang diberikan kepada para agen adalah berdasarkan prestasi kerja dari masing-masing agen. Bahkan para agen baru bisa mengungguli agen lama dan jam kerja yang fleksibel menjadi salah satu peluang dan keputusan menjadi agen.

Dari hasil wawancara dengan informan kedua Perjalanan dalam membangun bisnis *Multi Level Marketing* subjek adalah sebuah perjalanan untuk meraih kehidupan setelah kehidupan akhirat, bukan untuk kesenangan pribadi atau dunia, membangun bisnis *Multi Level Marketing* adalah memfokuskan diri pada keberhasilan tim, bukan pada keberhasilan subjek pribadi, mempraktikkan keilmuan yang didapat dari berbagai sumber, khususnya pelatihan yang diadakan oleh PT HNI HPAI. "Dalam pelatihan, biasanya kan orang itu ikut pelatihan cuman semangat-semangat dalam masa pelatihan, tapi saya terapkan ilmu yang saya dapat dari pelatihan itu".

Optimisme informan kedua juga dibenarkan informan pertama:

“Kuat memegang team, kita punya team dream jangan yang rendah, karena team sangat mempengaruhi etos kerja. Jika team kita rendah, etos kerja kita juga akan rendah. Buat team itu setinggi mungkin. kalau orang bilang kalau bikin mimpi jangan tinggi-tinggi kalau jatuh nanti sakit. tapi kalau kita punya mimpi setinggi-tingginya, setinggi langit, kita akan jatuh diantara betebaranya bintang-bintang. Artinya? Setinggi-tinggi langit, kayak kayak mimpi itu tidak bisa dikejar, hal tersebut yang akan membuat hidup kita lebih hidup”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan ketiga, saat diajak temanya ikut pelatihan, bahwa di HNI-HPAI diajarkan untuk Dermawan dan mempunyai mental berkelimpahan memiliki kontribusi yang besar dalam kesuksesan membangun bisnis *Multi Level Marketing*. Punya mental keberlimpahan, yaitu mental memberi, saat bertemu dengan siapa pun bagaimana kita bisa berkontribusi, jangan menuntut sesuatu, atau ambil kontribusi dari seseorang, lembaga, tapi bagaimana kita berkontribusi. dalam setiap pelatihan HNI-HPAI tidak hanya difokuskan untuk jualan saja dan kejar target tetapi juga menjalankan nilai ajaran-ajaran Islam: saat masuk waktu salat operasional berhenti dulu, Sopan santun, saat naik bus kalo bukan muhrimnya dipisahkan.

Informan ketiga banyak mendapat ilmu dari pelatihan tersebut sehingga mantap bergabung bersama HNI-HPAI yaitu: *Fleksibel*, memanfaatkan waktu, jiwa pembelajar, objektif, tidak pandang bulu, baik hati, suka membantu, *sensible*, berfikiran sehat, inspiratif, berpikir secara matang, Suka memotivasi, tidak konsumtif, sederhana, *semadyanya*, Taat, dalam menjalankan ajaran agama, berpikir positif, serius membina jaringan, toleransi terhadap kesalahan, peka akan kebutuhan orang di sekitar, *tegas*, *friendly*, pantang menyerah dan tidak *bossy*.

Berdasarkan data tabel di bawah peningkatan jumlah agen HNI-HPAI di Lamongan dari tahun ke tahun terus bertambah baik dikonsumsi sendiri ataupun dijadikan sebagai ladang bisnis.

Tabel 2 Jumlah Agen HNI-HPAI di Lamongan

Tahun	Jumlah Agen
2016	96
2017	167
2018	234
2019	386

Pengambilan keputusan berdasarkan data dan fakta empiris dapat memberikan keputusan yang sehat, solid dan baik. Dengan fakta, tingkat kepercayaan terhadap pengambil keputusan dapat lebih tinggi, sehingga orang dapat menerima keputusan yang di buat itu dengan rela dan lapang dada (Terry dan Brinckloe, 2010).

Pengambilan keputusan yang berdasarkan rasio (rasional) bersifat objektif, logis, lebih transparan dan konsisten untuk memaksimalkan hasil atau nilai dalam batas kendala tertentu, sehingga dapat di katakan mendekati kebenaran atau sesuai dengan apa yang di inginkan. Pengambilan keputusan secara rasional ini berlaku sepenuhnya dalam keadaan yang ideal.

5. Simpulan dan Rekomendasi

Berdasarkan hasil pembahasan tersebut dapat disimpulkan, *Multi-Level Marketing* (MLM) yang Halal dan Legal: Biaya *join* rendah atau minimal, tidak ada bonus rekrutmen atau proporsinya sangat kecil dibandingkan bonus dari transaksi *repeat order*, harga produk wajar, tidak ada *over/expensive price*, sehingga *member* yang tidak sukses tidak dirugikan, *marketing plan*-nya adil, tidak menganut sistem piramida, *binary* dan sejenisnya. dan beberapa prinsip bisnis perdagangan (*tijarah*) dalam perspektif fikih muamalah telah diterapkan.

Bisnis perdagangan yang dilakukan dalam bentuk apa pun harus senantiasa memenuhi rukun jual-beli serta akhlak yang baik. Di samping itu, komoditas yang akan diperjual-belikan harus halal dan dengan menggunakan modus penawaran produk (promosi) yang senantiasa mengindahkan norma-norma agama dan kesusilaan.

Dan analisis keputusan masyarakat menjadi agen, terdapat kejelasan atau transparansi mengenai strategi bisnis jaringan yang digunakan serta produk-produk yang dijual, bonus dan royalti pada PT HPAI adalah berdasarkan akad *ju'alah* di mana bonus dan royalti yang diberikan kepada para agen adalah berdasarkan prestasi kerja dari masing-masing agen. sehingga para agen baru bisa mengungguli agen lama, tidak banyak dituntut untuk kejar target tetapi juga tetap mengamalkan nilai ajaran Islam dan berdasarkan data dari tahun ke tahun jumlah agen terus bertambah baik dikonsumsi sendiri ataupun dijadikan sebagai ladang bisnis.

Kelemahan penelitian ini adalah jumlah informan yang kecil dan terbatas pada agen yang sempit, karenanya penelitian ke depan direkomendasikan dengan jumlah informan yang lebih banyak dan tidak terkonsentrasi pada salah satu wilayah. Hasil penelitian menyarankan bahwa perusahaan *multi level marketing* harus lebih memperhatikan pengembangan dan promosi produk daripada metode penjualan dan ini penting dalam mengembangkan strategi untuk dapat bersaing dalam bisnis *multi level marketing*.

Daftar Pustaka

- Albaum, Gerald., Peterson, Robert A. 2011. Multilevel (network) marketing: An objective view. *The Marketing Review*, Vol. 11, No. 4, pp. 347-361.
- Agustino, Prospek MLM Syari'ah di Indonesia, Republika, Jakarta: 15 Pebruari 2002.
- Alma Buchari dan Donni. 2014. *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung: ALFABETA.
- Cloither Peter J. 1994. *Meraup Uang dengan Multilevel Marketing: Pedoman Praktis Menuju Networking Selling yang Sukses*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama,.
- Hidayat, Mohamad. 2003. *Analisa Teoritis Normatif Multilevel Marketing dalam Perspektif Muamalah*, Jakarta: Gema Insani Press.
- Juth-Gavasso, C. L. (1985). *Organizational deviance in the direct selling industry: A case study of the Amway corporation*. Ann Arbor: University Microfilms International.
- George R.Terry dan Brinckloe. 2010. *Dasar-Dasar Pengambilan Keputusan* [.ppt]. <https://ismaan.wordpress.com/2015/05/19/defenisi-dan-dasar-pengambilankeputusan/>. Diakses tanggal 22 Februari 2021
- Groß, Claudia., Vriens, Dirk. 2019. The Role of the Distributor Network in the Persistence of Legal and Ethical Problems of Multi-level Marketing Companies. *Journal Business Ethics*. 156:333–355
- <https://www.hpa-sukses.com/keunggulan-produk-hni-hpai/>, di akses 24 maret 2021.
- Ishak, M. S. B. H., & Abdullah, O. C. 2012. Islamic perspective on marketing mix. *International Journal of Business and Management Studies*, 4(1), , pp. 121-131.
- Marimin, Agus., Romdhoni, Abdul Haris., Fitria, Tira Nur. 2016. *Bisnis Multi Level Marketing (MLM) dalam Pandangan Islam*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 02, No. 02.
- Masry, Maringan. 2004. *Dasar-dasar Administrasi dan Manajemen*, Ghalia, Jakarta.
- Moahmmad Sofwan, Agen HNI-HPAI Kecamatan Glagah Lamongan, Wawancara 13 Februari 2021.
- Moahmmad Sofwan, Agen HNI-HPAI Kecamatan Glagah Lamongan, Wawancara 13 Februari 2021.
- Moelong, Lexy J. 1998. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya,.
- Moh Munir, Agen HNI-HPAI Kecamatan Solokuro Kabupaten Lamongan, Wawancara 12 Februari 2021.
- Muhammad Muhsinin, Agen HNI-HPAI Kecamatan Sarirejo Kabupaten Lamongan, Wawancara, 23 Januari 2021.
- Prasetijo, Ristiyanti dan Ihalauw, Jhon J.I.O. 2005. *Perilaku Konsumen*, ANDI, Yogyakarta

- Rahmawaty, Anita. 2016. *Bisnis Multilevel Marketing dalam Perspektif Islam*, Jurnal Ekonomi Syariah, Vol. 02, Nomor 01.
- Razimi, A., Shahril, M., Romle, A. R., & Yahya, U. N. H. 2017. Multi-level marketing from Islamic perspectives. *World journal of Islamic history and civilization*, 7(1), , pp. 12-16.
- Roche, I. (1995). *Managing a direct selling organization*. In T.R. Wotruba (Ed.), *Direct Selling in Central and Eastern Europe: An International Academic Seminar* (105-128). Washington, D.C.: Direct Selling Education Foundation.
- Smith, E. R. (2013). *Downline...An Intolerable Potential to Deceive*. Dallas: Wordwell.
- Sondang P.Siagian. 1997. *Teori dan Praktek Pengambilan Keputusan*, PT.Tema Baru, Jakarta.
- Sugiono. 2017. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta.
- Suryabrata, Sumandi. 2010. *Metodologi Penelitian*, Rajawali Pers: Jakarta.
- Syahrivar, J., & Pratiwi, R. S,. 2018. A correlational study of religiosity, guilt, and compensatory consumption in the purchase of halal products and services in Indonesia. *Advanced Science Letters*, 24(10), pp. 7147-7151.
- Syahrivar, J., Tunjungsari, H.K., Selamat, F., Chairy, C. 2019. Factors Influencing Career Choice in Islamic Multilevel Marketing: The Mediating Role of Company Credibility. *Advances in Economics, Business and Management Research*, volume 145
- Vander Nat, P.J., & Keep, W.W. 2002. Marketing fraud: an approach for differentiating multilevel from pyramid schemes. *Journal of Public Policy and Marketing*, 21(1), 139-151.