

Sistem Pemasaran Multi Level Marketing (MLM) Ditinjau dalam Hukum Ekonomi Syariah

Mufti Afif^{1*}; Richa Angkita Mulyawisdawati²

¹ Universitas Darussalam Gontor, Ponorogo

² STEBI Al-Muhsin, Yogyakarta

*email: muftiafif@unida.gontor.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.31603/cakrawala.v13i2.2330>

ABSTRACT

Kata Kunci:
Bisnis,
Pemasaran,
MLM, Syariah

Article Info:
Submitted:
08/11/2018
Revised:
26/12/2018
Published:
28/12/2018

To obtain an expected benefit and avoid the business risk, effective and efficient management is needed. In general, Multi Level Marketing (MLM) system in Indonesia is still considered quite role in driving the economy. Even though in some cases, this MLM system is often used as a cover for Money Game businesses that deify passive income. So that, the conversations about it often reap the pros and cons of some business people. MUI itself issued DSN fatwa No. 75/DSN/MUI/VII/2009 concerning sharia MLM. It means that MUI issues a fatwa to allow the MLM system if required the terms and conditions. The research used a library approach, where studies of MLM systems spread across several sources of books and scientific articles are reviewed and then conclusions are taken. The results of the study are the MLM system has less benefits than the problem. MLM system has positive values, including: 1) easy marketing / distribution of products; 2) marketing costs is lower, and 3) there are bonuses that make motivation for MLM members to develop their business. The madharat caused by the MLM system is that there is a lot of confusion that causes the marketing system to be out of order.

ABSTRAK

Untuk memperoleh suatu keuntungan yang diharapkan dan menghindari tingkat risiko usaha, bisnis membutuhkan manajemen yang efektif dan efisien. Bisnis bersistem Multi Level Marketing (MLM) secara umum di Indonesia ini masih saja dianggap cukup berperan dalam menggerakkan roda perekonomian masyarakat. Padahal dalam beberapa kasus, sistem MLM ini seringkali dijadikan kedok dari bisnis Money Game yang mendewakan passive income. Sehingga perbincangan mengenai bisnis ini acap kali menuai pro dan kontra dari beberapa pelaku bisnis. MUI sendiri mengeluarkan fatwa DSN No. 75/DSN/MUI/VII/2009 tentang penjualan berjenjang syariah. Artinya MUI mengeluarkan fatwa kebolehan sistem MLM jika terdapat syarat dan rukun yang ditetapkan dalam fatwa tersebut. Metode penulisan karya ini menggunakan pendekatan pustaka, di mana kajian-kajian tentang sistem MLM yang tersebar di beberapa sumber buku dan artikel ilmiah dikaji dan kemudian diambil kesimpulan. Secara umum

hasil kajian dari karya ini adalah bahwa sistem MLM memiliki madharat yang lebih banyak dibandingkan maslahatnya. Sistem MLM memiliki nilai positif, di antaranya; 1) mudahnya sistem pemasaran/pendistribusian produk; 2) biaya pemasaran relatif kecil, dan 3) adanya bonus yang menjadikan motivasi bagi anggota MLM untuk mengembangkan bisnisnya. Adapun madharat yang ditimbulkan sistem pemasaran MLM adalah adanya banyak kerancuan transaksi yang menyebabkan keharaman sistem pemasaran ini

PENDAHULUAN

Bisnis merupakan suatu kegiatan dagang kepada konsumen berupa barang atau jasa yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan. Setiap bisnis yang dilakukan perorangan atau badan usaha pasti terdapat resiko; antara kerugian dan keuntungan. Kerugian yang dialami dapat terjadi pada aspek material bahkan non material. Namun sebaliknya, jika bisnis yang dilakukan berhasil maka akan mendapatkan keuntungan (Sahlan, 2016:57).

Pada dasarnya bisnis dan manajemen satu hal tak terpisahkan, sebab keduanya saling berkaitan. Jika bisnis dijalankan tanpa manajemen, maka tidak akan berjalan efektif dan efisien. Dalam manajemen bisnis terdapat ruang lingkup yang membaginya antara lain manajemen produksi (kegiatan mengolah bahan baku), manajemen pemasaran (mengatur tujuan pemasaran), manajemen distribusi (mengatur proses penyaluran) dan manajemen keuangan atau finansial (mengatur sirkulasi keuangan perusahaan).

Sahlan (2016) juga menambahkan bahwa bisnis bersistem MLM belakangan ini masih saja dianggap cukup berperan dalam menggerakkan roda perekonomian masyarakat. Padahal dalam beberapa kasus, MLM seringkali menjadi kedok dari *Money Game* yang mendewakan *passive income*. Sehingga perbincangan mengenai bisnis ini acap kali menuai perdebatan dari beberapa pelaku bisnis. Adapun salah satu keuntungan dari bisnis ini adalah memungkinkan meminimalisir biaya distribusi produk hingga ke angka nol, sehingga biaya distribusi tidak membebani operasional perusahaan. MLM dinilai merugikan anggotanya, meskipun tidak semua bisnis dengan sistem MLM merugikan akan tetapi malah menguntungkan anggotanya. Namun pada praktiknya, MLM sering menimbulkan masalah bagi anggotanya disebabkan tidak paham mengenai MLM yang berujung rugi.

Bisnis bersistem MLM hadir di tengah-tengah masyarakat dengan menawarkan janji-janji dan iming-iming keuntungan yang sangat menggairkan, dengan hanya mendaftarkan diri kemudian menjual produk milik perusahaan, mereka akan diberi gaji yang melimpah, mendapatkan imbalan mobil dan memperoleh rumah sesuai dengan tingkatan level yang mereka peroleh. Namun justru terjadi rancu didalam praktik bisnis sistem ini, pasalnya terjadi dua akad di dalam satu transaksi atau akad yakni akad menjadi pembeli dan sekaligus menjadi makelar (Salim, 2015).

Bertolak dari kasus tersebut, Ayu dkk. (2015) mengungkapkan bahwa kemudian Majelis Ulama Indonesia (MUI) telah berusaha menggodok prinsip-prinsip bisnis ini secara syari'ah termasuk *marketing plan*nya. Sementara itu, tujuannya adalah untuk melindungi pengusaha dan mitra bisnisnya (masyarakat) dari praktik bisnis haram atau *syubhat*. Namun tetap saja perbedaan pendapat terkait hukum bisnis bersistem MLM ini masih saja terjadi. Terdapat pihak yang menghalalkan atau membolehkan dan begitupun sebaliknya, tergantung pada sistem yang mengikatnya.

Ayu dkk. (2015) dalam penelitiannya di PT Mitra Permata Mandiri Cabang Bandung, menemukan bahwa sistem MLM pada PT tersebut memanfaatkan strategi pemasaran bertingkat (*levelisasi*) yang kemudian disimpulkan masih terdapat beberapa hal yang kurang sesuai dengan nilai-nilai hukum Islam, diantaranya adalah masih terdapat eksploitasi obsesi dalam pencapaian target perekrutan, terjadinya dua akad percampuran yakni *mudharabah* dan *syirkah* yang tergolong *bai' bis-Syarti*, serta praktik penjualannya masih dapat dikategorikan sebagai jual beli *bai' gharar* (jual beli yang berisi kebohongan atau tipu daya).

Kasus yang berkaitan dengan hal tersebut juga ditemukan pada bisnis MLM yang dijalankan oleh member MLM 4Jovem di Situbondo. Hal ini mengenai pembagian bonus sebuah mobil Agya yang terdapat syarat tambahan yang tidak tertulis bahkan syarat tambahan tersebut baru diketahui oleh member pada saat penyerahan mobil. Adapun akibat dari syarat tambahan yang tidak tertulis tersebut adalah bahwa member yang mendapatkan bonus berupa mobil Agya harus membayar angsuran mobil itu sendiri setelah mobil diserahkan oleh perusahaan kepadanya. Kasus ini dapat dikategorikan iming-iming atau janji manis yang tidak jelas (*gharar*) sebab member yang sudah memperoleh mobil Agya tersebut menyangka bahwa bonus (berupa mobil) adalah cuma-cuma, namun pada kenyataannya yang bersangkutan harus membayar angsuran mobil tersebut sendiri tanpa ada campur tangan perusahaan MLM nya (Rahmah dkk., 2017).

Berdasarkan paparan diatas penulis tertarik untuk mengkritisi kembali praktik bisnis bersistem *Multi Level Marketing* (MLM) Syari'ah yang telah ramai dijalankan oleh masyarakat Indonesia pada umumnya, supaya lebih jelas dan tidak ada keraguan.

LANDASAN TEORI

Sistem *multilevel marketing* adalah sebuah sistem pemasaran yang secara bahasa diadopsi dari bahasa Inggris. Kata "*multi*" berarti "lebih dari satu atau banyak". Sedangkan kata "*level*" mempunyai arti "*tingkatan atau lapisan*". Kata *marketing* merupakan bahasa adopsi dari bahasa Inggris yang berarti "aktivitas mempresentasikan, mengiklankan, dan menjual produk perusahaan dengan cara sebaik mungkin. Oleh karena itu multi level marketing diartikan sebuah proses pemasaran yang memposisikan tenaga penjual tak sekedar menerima kompensasi penjualan yang mereka peroleh, tetapi

disertai hasil penjualan para penjual lain di level bawahnya yang mereka manfaatkan atau rekrut. Tenaga yang direkrut disebut anggota atau *downline* (Rivai, 2012).

Sistem pemasaran berjenjang (MLM) yang pertama kali diperkenalkan oleh Prof. Carl Rehnborg yang berasal dari Universitas Chicago. Dialah penemu pertama sistem pemasaran bertingkat yang sangat fenomenal hingga kini. Sistem multilevel marketing dirancang pada tahun 1940-an oleh perusahaan di Amerika Serikat yang bernama, Nutrilite Product Inc. Produk yang pertama kali diperkenalkan adalah produk vitamin dan makanan tambahan Nutrilite. Sistem pemasaran yang dipakai oleh perusahaan Nutrilite Product Inc adalah rekrutmen tenaga pemasar dengan biaya administrasi yang relatif ringan. Dalam pemasaran ini sangat dibutuhkan tenaga pemasar yang sangat aktif untuk meningkatkan 2 keuntungan sekaligus. Keuntungan *pertama* adalah keuntungan langsung dalam bentuk selisih harga antara harga pembelian produk dengan harga jual. Keuntungan jenis ini sangat tergantung pada jumlah produk yang dijual. *Kedua*, keuntungan bentuk potongan harga yang dalam bahasa MLM disebut bonus. Bonus tersebut dihasilkan dari keuntungan perusahaan atas jumlah produk yang berhasil dijual distributor (*downline*) yang direkrut dan dilatih oleh tenaga pemasar. Besar kecilnya bonus ini tergantung pada total produk yang berhasil dijual oleh para distributor level bawahnya (*downline*). Dari sistem pemasaran dan penjualan yang tersebut membuat perusahaan MLM mendapatkan potensi pendapatan yang begitu besar dan memberikan inovasi terhadap dunia pemasaran (Boni, 2007).

Marimin dkk. (2016) menjelaskan bahwa dalam kajian hukum Islam, sistem pemasaran MLM pernah ditelaah oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan diputuskan fatwa kehalalannya selama distributor dan perusahaan yang bersangkutan jujur, ikhlas, transparan, tidak menipu serta tidak menjalankan bisnis yang haram atau syubhat. Kemudian kegiatan perdagangan yang menjual produk barang atau jasa beserta *marketing fee* atau imbalan (pada tingkat level-level) hal ini tergantung pada prestasi dan level-level anggota (*downline*) yang diperbolehkan dalam Islam lantaran jasa marketing tersebut bertindak sebagai perantara antara produsen dan konsumen yang mana kegiatan ini disebut *samsarah* (pialang/broker). Kegiatan *samsarah* berbentuk distributor, member, atau mitra niaga dalam fikih Islam termasuk dalam akad *ijarah*, yaitu suatu transaksi yang memanfaatkan jasa orang lain dengan memberikan imbalan. Menurut Amin dkk. (2011) bonus atau imbalan ini diberikan oleh perusahaan berdasarkan target yang ditentukan pihak perusahaan.

Berdasarkan pemaparan singkat di atas, maka DSN MUI memfatwakan kebolehan MLM, dengan ketentuan berikut:

1. Tidak ada kecurangan (QS. Al-Muthaffifin: 1-3).
2. Akad yang dijalankan terdapat unsur transparan dan amanah (QS. Al-maidah: 1).
3. Pemberian imbalan/bonus tepat pada waktunya (Hadis Ibnu Majah; tentang kewajiban memberikan upah sebelum kering keringatnya).

4. Barang yang diperjual-belikan adalah halal, tidak syubhat atau haram.
5. Kaidah fikih; semua bentuk muamalah diperbolehkan selama tidak ada dalil yang melarangnya.

1. Jenis dan Bentuk Sistem Multilevel Marketing

Menurut Boni (2007), pengelompokan bisnis multi level dapat dilakukan berdasarkan hal-hal di bawah ini:

a. Berdasarkan produk

Artinya pembagian bisnis MLM dilakukan berdasarkan ada dan tidaknya produk sebagai objek yang dijual. Berdasarkan hal ini bisnis multilevel terbagi menjadi dua yaitu bisnis berdasarkan produk dan bisnis yang non produk. Jenis ini lebih dikenal dengan istilah *ponzi scheme* atau *piramida ponzi* atau *money game*.

b. Berdasarkan susunan jaringan

Artinya pengelompokan dilakukan berdasarkan susunan jaringan. Dalam hal ini bisnis system multilevel dibagi menjadi 2, yaitu “multilevel matahari” atau “multilevel murni”. Yaitu bisnis multi level yang tidak membatasi bangunan dan susunan jaringannya. Kedua adalah “multi level non matahari” adalah bisnis multi level yang membatasi bangunan dan susunan jaringan. Jumlahnya seperti hanya dua jaringan (*binary system*), tiga jaringan (*threenary system*) dan empat jaringan (*fournary system*) dan lain sebagainya.

c. Berdasarkan sistem pembonusan

Berdasarkan sistem pembonusan ini bisnis multi level dibagi menjadi tiga bagian, yaitu bisnis multi level yang sistem pembonusannya berdasarkan penjualan produk saja, baik personal sales maupun yang group sales. Sistem ini banyak dijumpai pada bisnis multi level matahari. Kedua, bisnis multi level yang sistem pembonusannya berdasarkan perkembangan jaringan saja. Sistem ini banyak ditemukan dalam jenis multi level non matahari utamanya *binary system*. Ketiga adalah bisnis multi level yang menggabungkan dua dasar pembonusan, perkembangan jaringan dan penjualan produk.

2. Dampak Positif dan Negatif Bisnis Sistem MLM

Dalam sistem bisnis MLM terdapat dampak positif. Adapun dampak positifnya antara lain; 1) Pengusaha mendapatkan keuntungan lebih dengan penghematan biaya (*minimizing cost*) seperti biaya promosi atau iklan, dan lainnya. 2) menguntungkan para distributor sebagai *simsar* (makelar/broker/mitra kerja/agen/distributor) yang ingin bekerja secara mandiri dan bebas (Sahlan, 2016).

Utomo (2003) menambahkan bahwa terdapat pula dampak negatif yang lebih besar dari pada positifnya. Menurut Dewan Syari’ah Partai Keadilan melalui fatwa No. 02/K/DS-P/VI/11419, diantaranya; munculnya keinginan yang tidak wajar untuk mengantongi target penjualan karena dipicu sistem MLM, suasana tidak mendukung

yang terkadang mengarah kepada pola hidup hedonis. Saat acara rapat atau pertemuan bisnis, tak sedikit dari para anggota yang *resign* dari pekerjaan tetapnya karena ingin mendapatkan keuntungan dalam waktu yang singkat. Sistem ini akan membuat seseorang (mitranya) bersikap materialistis. Sebab, patokan target penjualan dengan iming-iming keuntungan besar akan melupakan tujuan asasnya dalam berbisnis yaitu untuk mendekatkan diri kepada Allah.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian pustaka dan lapangan dengan pendekatan metode kualitatif yang bersifat deskriptif (teori dan praktik). Adapun objek penelitian kajian ini adalah sistem pemasaran perusahaan MLM di Indonesia. Teknik pengumpulan data melalui sumber-sumber tertulis yang berupa beberapa artikel ilmiah, buku-buku dan pendapat ulama, teori dan dalil yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

PEMBAHASAN

Sistem MLM telah menuai kritik dari berbagai aspeknya secara konvensional oleh Fitzpatrick dan Reynolds (1997) dalam bukunya *False Profits* mengungkapkan 10 kesalahan kemudian penulis menambahkan 3 kesalahan dan lain yang berkaitan dengan konsep syariah, sehingga kesalahan 13 tersebut, yaitu:

1. MLM dipromosikan sebagai bisnis dengan sistem dan pola yang mampu menawarkan keuntungan lebih baik dari sistem bisnis yang lain.

Sebagai informasi tambahan bahwa hampir semua orang yang meninvestasikan dana di MLM berhujung dengan raibnya dana tersebut. Tidak lebih dari 1% distributor MLM yang mendapatkan untung atau laba bahkan mereka yang menerima pendapatan seumur hidup melalui bisnis ini persentasenya jauh lebih kecil lagi. Terbukti bahwa tipe struktur bisnis MLM hanya bisa memberikan porsi kecil bagi pemenang. Jika *downline* yang dibutuhkan adalah sejumlah 1000 orang agar dia menerima pendapatan seumur hidup, maka 1000 orang *downline* tersebut akan membutuhkan sejuta orang lain untuk bisa mendapatkan kesempatan yang sama. Jadi, tampaknya ia sebagai pertumbuhan namun kenyataannya adalah pengorbanan para distributor baru secara terus menerus. Uang yang diterima para *elite* pemenang merupakan uang pendaftaran dari para pecundang. Hal ini diperparah oleh tidak adanya aturan yang membatasi distributor di suatu daerah dan tidak adanya sistem evaluasi mengenai potensi pasar, sehingga sistem MLM ini dari dalamnya sudah tidak sehat.

2. Jaringan (*network*) marketing dikenalkan sebagai cara baru yang paling populer dan efektif untuk membawa produk ke pasar. Pelanggan acap kali membeli produk menggunakan cara *door to door*.

Perlu diperhatikan bahwa jika semua orang /atau sistem pemasaran mengikuti aktivitas MLM yang menjual keanggotaan secara level ke level serta mengamati hukum dasarnya; yakni penjualan satu eceran ke satu konsumen, maka akan mendapati sistem penjualan yang tidak produktif dan praktis. Hal ini akan mengubah pola konsumsi yang tidak efektif karena tiap individu mendapatkan pilihan yang terbatas dan kerap kali membayar lebih mahal untuk sebuah produk.

3. Pendukung MLM selalu menekankan bahwa seseorang dapat menjadi kaya, tanpa hasil usaha kerasnya sendiri karena kekayaan itu berasal dari usaha seseorang yang tidak dikenal, yaitu *downlinenya*.

Sistem yang demikian ini memiliki dampak buruk bagi downline dibawahnya sebagaimana dijelaskan pada point 1.

4. MLM diyakini sebagai gaya atau pola hidup baru yang memasarkan kebahagiaan juga kepuasan. Sehingga MLM cara lain untuk meraih segala kebaikan dalam hidup. Selain daya tarik yang menyolok dari industri MLM sebagaimana yang disampaikan via iklan dan prosentase penarikan atau rekrutmen anggota baru adalah ciri materialismenya (orientasinya adalah kekayaan mendadak dengan usaha yang relatif sedikit). Daya tarik MLM akan kekayaan dan kemewahan ini berlawanan dengan kehendak sebagian besar manusia tentang inovasi karya yang memberikan kepuasan bagi sesuatu minat dan bakatnya.

5. MLM sering menyatakan dirinya sebagai bagian dari gerakan spiritual dalam berbisnis. Pasalnya selalu mengangkat slogan “komunitas” dan “kekeluargaan” dalam bisnis.

Perlu ditekankan bahwa penggunaan konsep spiritual (kerohanian) dalam sistem MLM tidaklah tepat, sebab kegiatan tersebut adalah mencapai keuntungan materi semata. Seperti halnya penggunaan kata “komunitas” dan “kekeluargaan” dalam sistem ini karena secara rasional, bisnis adalah kegiatan meraup keuntungan dan bagaimana mungkin keuntungan besar ini diperoleh dari para anggota keluarganya?

6. MLM dianggap bisnis yang mudah, pasalnya semua rekan dan bahkan saudara sendiri bisa diprospek.

Ungkapan “prospek” adalah kejanggalan dalam sistem ini. Mereka yang disayangi seperti sanak famili (baik teman ataupun keluarganya sendiri) akan dijadikan konsumen seumur hidup. Terdapat dilema saat mengambil keuntungan; antara menolong orang yang dicintainya tersebut atau mengambil keuntungan. Seandainya tidak mengambil keuntungan pun, *upline* (level di atasnya) tetap memperoleh untung berupa bonus.

7. Pada MLM ada motivasi kerja sesuai waktu yang ditetapkan oleh pelakunya. Artinya bisnis sistem MLM bisa dijalankan pada waktu-waktu tertentu sesuai dengan kontrol pelaku, hal ini tentunya sangat fleksibel. Beberapa jam seminggu dapat menghasilkan tambahan pendapatan yang besar dan dapat berkembang menjadi sangat besar sehingga praktisi MLM tidak perlu lagi bekerja yang lain.
Biasanya saat seminar disebutkan nama-nama pelaku MLM yang sukses, meninggalkan pekerjaan asalnya (seperti dosen, guru, pegawai PNS, dan bahkan dokter) untuk konsen pada sistem MLM lantaran memperoleh kekayaan lebih besar. Jika semua orang berperilaku seperti contoh di atas, maka tatanan masyarakat dan pola konsumsinya akan rusak. Sehingga model MLM tidak tepat dipraktikkan oleh sejumlah besar perusahaan/produk.
8. Kelompok yang mendukung sistem MLM menganggap bahwa sistem MLM adalah sistem baru, positif, dan suportif.
Sistem MLM memberikan pemahaman bahwa profesi perdagangan secara konvensional adalah kekerdilan, sebab tidak menjanjikan “pendapatan yang jelas”. Dan karyawan sistem konvensional adalah perbudakan karena mereka dianggap “kalah” saing dalam berbisnis. Jadi MLM dianggap sebagai solusi akhir untuk meraih kesuksesan. Bisa dibayangkan seandainya seluruh produk/ perusahaan beralih ke sistem MLM, maka akan lebih banyak lagi para *dowline* yang kalah saing dengan *uplinenya*.
9. Mayoritas perusahaan MLM (meskipun tidak semua) melarang anggotanya untuk bergabung pada sistem MLM produk lain. Hampir semua kontrak MLM dapat melakukan pemutusan keanggotaan secara mudah dan cepat. Keanggotaan dalam MLM menuntut anggota untuk bekerja sesuai sistem yang ketat, hal ini bukannya mendidik kemandirian.
Oleh sebab itulah distributor MLM bukan seorang pengusaha, karena ia hanya pengikut sebuah sistem yang rumit. Dimana para anggota hanya memiliki kendali yang minim, sehingga sistem MLM dapat membunuh kreatifitas dan inovatif seorang pelaku usaha.
10. MLM enggan dinyatakan sebagai program piramid sebab sistemnya adalah penjualan produk (bukan *money game*).
Meskipun demikian, tapi sistem MLM masih dapat digolongkan pada program piramid; karena terdapat golongan *upline* dan *downline* yang terikat dalam sistem bonus. Artinya tetap menjalankan *money game*.
11. *Money game* terjadi saat rekrutmen *downline* berlangsung atau saat pembelian produk/jasa.
Seperti biasanya bahwa barang-barang yang diperjual-belikan pada sistem ini jauh lebih mahal dibanding produk serupa yang dijual secara konvensional, harga ini

hukumnya haram sebab harga barang ditambahkan dengan biaya penyertaan modal (bagi downline baru), juga biaya keuntungan estafet (bonus).

Tingginya harga produk MLM secara umum disertai tambahan harga barang dan biaya-biaya yang dibebankan pada pembeli / member secara tidak langsung, dan biaya ini diklaim sebagai penyertaan modal dalam akad *syirkah*, dan bonus; baik untuk *upline* atau dirinya sendiri. Artinya terdapat dengan jelas praktek perdagangan *gharar* (kesamaran atau penipuan) karena terjadi ketidakjelasan antara penjual dan pembeli (*bai'*) pada barang, *syirkah* pada penyertaan modal, *ujroh* pada penerimaan bonus *simsaroh*, dan sekaligus *mudharabah* disaat menikmati bagi hasil dengan *downlinenya* disebabkan karena pembeli sebagai member dan punya fungsi sebagai *mudhorib* (pelaksana) yang memasarkan suatu produk perusahaan untuk calon member (pembeli) baru. Praktik yang penuh dengan kerancuan, karena dorongan sifat materialis (Veithzal dalam Salim, 2015).

12. Jika pengusaha sistem MLM melakukan penggalangan dana dari masyarakat untuk peningkatan modal perusahaannya dengan menjanjikan imbalan keuntungan tertentu tiap bulannya, ini berarti termasuk dalam kegiatan yang haram, karena telah mempraktikkan riba (menjanjikan *return* sejumlah tertentu) yang diharamkan Allah SWT.
13. Praktik lain pada sistem MLM merupakan sistem bonus hasil penjualan. Artinya bonus yang diberikan perusahaan kepada broker diambilkan dari harga produk yang dibeli oleh konsumen.

Contohnya bila seorang pialang bisa merekrut 4 konsumen atas 4 produk perusahaan, maka si *broker* ini mendapatkan 1 produk secara gratis (contohnya sistem umroh/haji MLM; dimana jika broker memberangkatkan 5 calon jama'ah maka akan mendapatkan upah berupa umroh/haji gratis. Praktik seperti ini termasuk *gharar* dan haram jika tidak ada transparansi dalam pelaksanaannya, karena memakan harta (hak) orang lain secara batil sebagaimana Allah melarangnya. Harga tinggi yang diluar kewajaran terdapat biaya bonus yang akan diberikan kepada broker.

Secara umum keharaman bisnis dengan sistem MLM adalah berikut:

1. MLM termasuk *hybrid contract* (*bay'atani fii bai'atin*)

Dalam bisnis MLM, seorang member memiliki dua fungsi sekaligus. Fungsi pertama adalah sebagai pembeli produk, sebab dia membeli produk langsung dari perusahaan. Sedangkan fungsi kedua adalah sebagai makelar, sebab selain membeli produk tersebut, dia harus merekrut member baru. Pada setiap perekrutan juga akan memperoleh bonus (Setiawan, 2003). Rasulullah SAW bersabda:

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ عَنْ بَيْعَتَيْنِ فِي بَيْعَةٍ

Artinya: "Nabi Shalallahu'alaihi wasallam telah melarang dua pembelian dalam satu akad" (HR. Tirmidzi, Nasai, Ahmad)

Imam Syafii menjelaskan hadis di atas seperti ini, “Yaitu jika seorang mengatakan, “*Aku jual rumahku padamu dengan harga tertentu asalkan (syaratnya) kamu menjual budakmu padaku dengan harga yang kutentukan. Jika budakmu itu telah kumiliki, berarti rumahku tadi juga sudah menjadi milikmu*”. Dalam konteks ini, penjelasan dari *bay’atain fii bai’tin* adalah memberlakukan dua akad kesepakatan dalam kesatuan transaksi. Akad pertama adalah akad jual beli budak, dan akad kedua adalah transaksi jual beli rumah. Masing-masing memiliki ketentuan akad yang mengikat, namun terjadi dalam satu transaksi.

Pendapat tersebut dikuatkan Ibn Hibban dalam karyanya *Shahih Ibn Hibban* berikut:

لَا تَجِلُّ صَفْقَتَانِ فِي صَفْقَةٍ

Artinya: “*Tidaklah dihalalkan dua kesepakatan (akad) dalam satu kesepakatan (akad)*”

Hadits tersebut juga menjelaskan tentang haramnya melakukan dua jenis akad berbeda dalam satu akad, ibaratnya melakukan akad transaksi utang piutang dan jual beli secara bersamaan, dan satu akad dengan akad lainnya saling terikat. Contohnya: seseorang menyampaikan pada temannya, “*Saya akan jual rumah ini padamu dengan asalkan kamu pinjami aku satu mobilmu selama satu bulan*”. Alasan diharamkannya transaksi ini adalah ketidakjelasan harga barang yang dijual dan menggantungkan suatu transaksi kepada syarat yang belum tentu terjadi (Salim, 2015).

Utami dalam wawancaranya dengan Afifudin juga menambahkan bahwa dari fakta-fakta umum yang telah dijelaskan sebelumnya, praktik sistem ini (MLM) tidak bisa dilepaskan dari empat hukum, diantaranya;

- a. Hukum dua transaksi dalam satu transaksi mengikat. Pertama adalah transaksi jual beli (*bai’*), sedangkan kedua adalah akad *samsarah* (broker/pialang).
- b. Hukum pemakelaran (*samsarah*). *Upline* bertindak sebagai *simsar* (makelar), baik ia adalah pemilik langsung, atau bukan yang kemudian ia memakelar *downline* dibawahnya, dan selanjutnya *downline* dibawahnya bertindak sebagai makelar *bagidownline* dibawahnya lagi.
- c. Hukum komisi dan bonus, baik bonus terhadap pembelian langsung maupun tidak langsung yang lazim disebut bonus jaringan dan kepemimpinan.
- d. Praktik *Ghabn Fahisy* (penipuan harga yang keji), yaitu menaikkan harga jual berkali lipat dari harga pasar.

Kasus yang sesuai dengan paparan diatas telah ditemukan oleh Ayu dkk. (2015). Hasil penelitian tersebut mengungkapkan bahwa sistem *Multi Level Marketing* (MLM) di PT Mitra Permata Mandiri Bandung yang bergerak di bidang jasa pembiayaan haji dan umroh belum sepenuhnya sesuai dengan syari'ah Islam, sebab terdapat beberapa hal yang kurang sesuai dengan nilai-nilai Islam, diantaranya masih adanya eksploitasi obsesi dalam pencapaian target perekrutan; terjadinya dua akad percampuran yakni *mudharabah* dan *musyarakah* yang tergolong *bai' bis-Syarhi*; serta praktik penjualannya masih dapat dikategorikan sebagai jual beli *bai'ul gharar* (jual beli mengandung kebohongan atau tipu daya).

2. Terdapat unsur ketidakjelasan (*Gharar*/Spekulatif)

Di dalam sistem MLM terdapat makelar berantai. Sesungguhnya makelar (*samsarah*) diperbolehkan oleh Islam, yaitu transaksi dimana anggota pertama memperoleh kompensasi atas usahanya dalam mempromosikan produk serta mempertemukannya dengan pembelinya. Adapun makelar didalam sistem MLM yang bukan mempromosikan produk, tetapi mempromosikan **komisi**, tidak diperbolehkan dalam Islam sebab didalam akadnya terdapat *gharar* dan spekulatif (Ayu dkk., 2015).

Unsur *gharar* juga nampak ketika anggota yang telah membeli produk, akan mengharapkan profit yang lebih. Tetapi dia tidak mengetahui apakah benar mendapatkan keuntungan atau justru merugi. Sebagaimana Sabda Rasulullah SAW yang diriwayatkan oleh Abu Huraira RA:

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ عَنِ بَيْعِ الْحَصَاةِ وَبَيْعِ الْعَرَارِ

Artinya: Rasulullah SAW melarang praktik jual beli hashah (dengan cara melempar kerikil pada produk yang dituju) dan dengan cara *gharar* (penipuan).

Utami dkk. (2016) menegaskan bahwa MLM menjadi haram apabila didalam bisnis tersebut terjadi:

- Perilaku ribawi
- Praktik *gharar* (suatu hal yang ada unsur penipuan akibat ketidak jelasan suatu barang pada segi kualitas, kuantitas, harga, atau keberadaannya)
- Praktik *dhulm*, atau memakan harta orang lain secara *batil*. Hal Allah SWT berfirman terkait dengan hal ini dalam An-Nisa ayat 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنِ

تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: *Allah tidak menghendaki adanya transaksi yang merampas hak orang lain (memakan harta milik orang lain secara keji/dholim), kecuali jika dilakukan dengan cara perniagaan yang saling rela, sama sama suka*

- d. Praktik penipuan secara jelas, penyamaran, dan pengaburan terhadap manusia. Perkara ini terhitung sebagai penipuan yang diharamkan. Rosulullah SAW bersabda:

مَنْ عَشَّ فَلَيْسَ مِنِّي

Artinya: *“Siapa yang menipu, maka ia bukanlah dari (golongan) saya”* (HR. Shokhah Muslim)

Didalamnya Sistem MLM terdapat bentuk *gharar*, spekulasi tinggi atau untung-untungan yang diharamkan syari’at Islam. Karena secara praktik baik calon anggota maupun anggota belum tentu mengerti dan faham cara merekrut anggota baru atukah tidak. Secara prinsip kemungkinan bisa merekrut anggota adalah skill yang tidak semua orang miliki. Kemudian anggota baru pun demikian apakah ketika sudah masuk dalam sistem MLM, ia bakal di level tertinggi sehingga akan meraup keuntungan besar atukah ia ada pada posisi di level terendah sehingga akan mengalami kerugian besar. Kenyataan yang ada, rata-rata anggota MLM merugi kecuali mereka yang lebh dulu masuk dalam sistem dan berada posisi level atas. Jadi secara umum, sistem MLM cenderung mendatangkan kerugian, dan inilah *gharar*. *Gharar* sendiri dapat diartikan keadaan dimana terdapat spekulasi antara rugi besar atau untung besar.

3. MLM bertolak belakang dengan kaidah umum perdagangan seperti *Al-Ghunmu bi al-Ghurmi*

Kaidah *Al-Ghunmu bi al-Ghurmi* artinya bahwa tingkat keuntungan itu sesuai dengan jerih payah yang dikeluarkan atau biaya tingkat risiko. Dalam bisnis MLM tersebut terdapat beberapa pihak yang dirugikan, yaitu mereka (anggota) yang posisinya pada level terbawah, karena secara praktik justru merekalah yang bekerja keras memprospek calon member baru, namun keuntungannya lebih banyak dinikmati oleh mereka yang berposisi level atasnya. Mereka yang disebut *upline* inilah yang akan terus menerus mengantongi keuntungan meskipun tanpa bekerja, sementara orang lain di posisi level bawah mungkin sudah merasa kesulitan untuk memprospek calon anggota baru karena kuota anggota MLM sudah sangat banyak.

4. MLM mengandung riba *fadhhl dan nasi’ah*

Sebagian ulama berpendapat bahwa sistem MLM mengandung riba *fadhhl*, sebab anggotanya membayar menggunakan hartanya dengan jumlah kecil untuk mendapatkan sejumlah barang/jasa yang lebih besar darinya, seolah ia menukar uang

dengan uang dengan jumlah yang berbeda. Bisa jadi termasuk dalam kategori riba *nasi'ah*, sebab anggotanya mendapatkan uang penggantinya tidak secara tunai (Salim, 2015: 77).

Zulaekha (2017) menemukan bahwa kompensasi *passive income* pada sistem MLM Syari'ah di Mulia Artha Qives Jakarta diperoleh oleh member yang berperingkat atas (seperti *Ruby, Saphier, Emerald, Diamond, Crown*, dan *Crown Ambassador*) didapatkan dari *reward* sosialisasi (saling membantu) sebesar 5%-15% berulang-ulang setiap 17 hari hingga 2 kali dari modal yang dibayarkan di awal tanpa merekrut.

Nampak terlihat jelas pada kasus tersebut bahwa sistem penetapan kompensasi *passive Income* yang ditetapkan oleh bisnis MLM yang berlabelkan syari'ah pun juga masih terdapat unsur riba *fadhli*. Sebab member yang telah mencapai peringkat atas tersebut mendapatkan kompensasi *passive income* nya lebih besar daripada modal yang dibayarkan di awal bahkan mencapai dua kali lipat. Terlebih lagi insentif yang diperoleh oleh member tersebut adalah hasil kerja keras para *downline* atau bisa dikatakan bahwa terjadi eksploitasi secara sepihak, artinya, terdapat unsur *dzalim* yang sangat dilarang oleh ajaran Islam.

5. Bisnis MLM cenderung bertujuan komisi, bukan produk

Utami dkk. (2016) juga menambahkan bahwa bisnis MLM haram hukumnya apabila produk (barang) hanya dijadikan sebagai alat meraup bonus, sebab komisi pada sistem MLM seringkali datang dari kinerja anggota bawahnya (*downline*). Kalaupun akad model tersebut dinyatakan jelas kebolehannya, masalah lain pun akan terjadi, yaitu kerelaan (*ridho*) dari pihak anggota (*downline*) yang bergabung. Karena kemungkinan, si calon anggota sebetulnya tidak berniat membeli produk yang harganya mahal dan belum tentu dapat bermanfaat baginya. Tetapi karena dia mempunyai niatan untuk menjadi anggota, sedangkan persyaratannya harus membeli produk terlebih dahulu, maka calon anggota tersebut "terpaksa" membelinya. Transaksi semacam ini termasuk haram apabila tujuannya adalah bukan produk melainkan bonus penjualan/rekrutmen.

Seseorang ketika dihadapkan pada dua pilihan (komisi rekrutmen dan keuntungan penjualan), maka ia akan memilih komisi. Tanjung (2013) memaparkan bahwa ditinjau dari aspek etis/akhlak, MLM merupakan yang kurang etis secara normatif. Kenyataannya pengikut sistem MLM banyak diminati sebab keterpaksaan, bukan karena kesadarannya sendiri. Yaitu karena diajak oleh sahabat, saudara dan sungkan untuk menolak. Kebanyakan model pemasaran MLM adalah memprospek dan terus mengajak calon member hingga putus asa.

Hasil wawancara penulis dengan seorang responden yang telah menjadi member salah satu MLM di Yogyakarta pada hari Jum'at tanggal 19 Oktober 2018 ditemukan bahwa para *marketing* produk MLM ini biasanya memprospek seseorang

yang paling dekat dengannya (seperti sanak saudara, teman karib, maupun kerabat), lalu temannya, bisa jadi muridnya, rekan kerjanya. Meskipun secara syari'ah tidak ada larangan akan dijual kepada siapa saja, tetapi pada praktiknya, banyak pihak yang diajak untuk membeli produk tersebut serta melakukannya dengan terpaksa dengan alasan segan jika menolak.

Pada suatu wawancara bersama Bapak Pengasuh Pondok Pesantren Salaf Asrama Perguruan Islam (API) kabupaten Magelang, yaitu KH. Muhammad Yusuf Chudloridisampaikan bahwa sebetulnya banyak dari member MLM ikut bergabung karena adanya bonus sebagai iming-iming dengan harapan cepat kaya dalam waktu singkat dan bukan karena kebutuhan akan produk itu. Bisnis dengan sistem seperti ini dapat dikategorikan dalam perjudian, sebab terdapat alasan berikut: (Utami dkk., 2016)

- a. Kebanyakan anggota MLM tidak menginginkan produk, akan tetapi tujuannya adalah penghasilan dan kekayaan yang banyak lagi cepat.
- b. Harga produk secara umum terlampau mahal, bisa berkali-kali lipat harganya dibanding dengan harga barang yang sejenis yang dijual dipasaran.
- c. Perusahaan MLM menganjurkan kepada para anggotanya untuk memperbaharui aktivasi keanggotaannya tiap tahun dengan memberikan berbagai program baru kepada segenap anggotanya yang pada intinya hal itu sekedar iming-iming belaka.

Secara umum perusahaan MLM bertujuan membangun jaringan pasar secara berkesinambungan dan estafet. Hal ini tentunya akan menguntungkan *upline*, sedangkan *downline* bekerja keras untuk memberikan point pada *upline* mereka berbentuk komisi. Menurut sebagian kelompok, komisi-komisi tersebut merupakan hibah dari *downline* ke *upline*. Pasalnya hibah (bonus) ini wujud terimakasih *downline* kepada *upline* telah menjadi bagian dari perusahaan MLM. Pendapat ini adalah salah karena tidak semua bentuk hibah diperbolehkan dalam syari'ah. Seperti *hibah* (bonus) dari hasil pinjaman yang diharamkan karena termasuk riba. Demikian *hibah* (bonus) dalam MLM tidak diperkenankan karena besaran nilai komisinya telah ditetapkan dan wajib. Bagaimana mungkin *hibah* dalam MLM diperbolehkan? Padahal hukum *hibah* harus dilihat dari sebab terwujudnya *hibah* tersebut dan nilainya tidak disyaratkan di awal.

KESIMPULAN

Meninjau kembali pembahasan tentang sistem bisnis Multi Level Marketing (MLM) memang terdapat dampak positif bagi perekonomian, yaitu; 1) menguntungkan pihak perusahaan dimana terdapat penghematan biaya (*minimizing cost*) dalam promosi, pemasaran dan pendistribusian. 2) menguntungkan para distributor sebagai *simsar* (makelar/broker/mitra kerja/agen/distributor) yang ingin bekerja secara mandiri dan bebas. Namun disisi lain, dampak negatif dari sistem MLM ini lebih banyak,

diantaranya yaitu; obsesi obsesi ingin cepat kaya mendadak, *money game*, transaksi *gharar*, mengarah kepada pola hidup hedonis, terjerat riba *fadl* atau *nasi'ah*, dan memakan harta milik orang lain secara bathil. Karena iming-iming cepat kaya, maka banyak para anggota MLM yang mengundurkan diri dari tugas/kerja serta pekerjaan utamanya dengan dalih obsesi mendapat harta melimpah (bonus) secara singkat. Dari kedua dampak tersebut, nampak jelas bahwa sistem bisnis MLM menimbulkan lebih banyak *mudharat* dari pada manfaatnya. Sebab pencapaian harta berlimpah tanpa diimbangi dengan kekuatan iman dan takwa kepada Allah SWT akan menjadikan seseorang tersebut jauh dariNya

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, M. dkk. 2011. *Himpunan fatwa MUI sejak 1975*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Ayu, S. D., Asep. R, dan Roji, M. 2015. Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pembiayaan Haji dan Umroh Melalui Sistem Multi Level Marketing (MLM) di PT Mitra Permata Mandiri Cabang Bandung. *Prosiding Keuangan dan Perbankan Syariah*.
- Boni, S. Y., 2007. *Apa Salah MLM (22 Sanggahan Pengharaman Multi Level Marketing)*. Jakarta Timur : Pustaka al Kautsar.
- Fitzpatrick, R. L. dan Reynolds, J. K. 1997. *False Profits: Seeking Financial and Spiritual Deliverance in Multi Level Marketing and Pyramid Schemes*. USA: Herald Press Charlotte.
- Marimin, A. dkk. 2016. Bisnis multi level Marketing dalam Pandangan Islam. *Jurnal Ilmiah ekonomi Islam*. Vol. 01, No. 02.
- Rahmah, L., Wawan J, dan M. Shaleh. 2017. Bisnis Multi Level Marketing dalam Tinjauan Fatwa DSN MUI No: 75/DSN-MUI/VII/2009 (Studi Kasus pada Member MLM 4Jovem di Situbondo). *Istidlal* Vol. 1, No. 2, Oktober 2017
- Rivai, V. 2012. *Islamic Marketing*. Jakarta: PT Gramedia.
- Sahlan, A. 2016. Bisnis Multi Level Marketing (MLM). *Al-Hikmah Jurnal Kependidikan dan Syari'ah*. Vol. 04 No 01.
- Salim, A. 2015. Aktualisasi Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Dalam Ranah Syar'i. *Jurnal Ar-Risalah*, Vol. XVI No. 2.
- Tanjung, H. 2013. Tinjauan Syari'ah Multi Level Marketing. *Mizan; Jurnal Ilmu Syari'ah*, Vol. 1 No. 1.
- Utami, A. D., Maghfiroh, N., dan Iswanto, B.T. 2016. Pelaksanaan Jual Beli Melalui Sistem Multi Level Marketing Perspektif Hukum Islam. *Varia Justicia*, Vol 12 No. 1.
- Utomo, S. B. 2003. *FIQH AKTUAL- Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Zulaeha, S. 2017. *Insentif Passive Income pada Multi Level Marketing (MLM) Syari'ah di Mulia Artha Qives Jakarta dalam Perspektif Fiqh Muamalah*. Skripsi Program Studi Muamalah Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Raden Patah Palembang.