

SYARI'ATISASI SISTEM
MULTI-LEVEL MARKETING
(TINJAUAN TERHADAP APLIKASI MULTI-AKAD
DALAM KINERJA PT. MITRA PERMATA MANDIRI)

Aidil Alfin*

Abstract: *In fact, much kind of efforts for including such kinds of conventional businesses into an Islamic regulation (syari'atisasi) as the whole have been being conducted by some conventional business institutions such as banks, pawnshop, assurances, fund guard, obligation (obligasi) and etc. This effort has a main purpose to manifest such kind of contracts (Akad) which is not contradicted to the Islamic principle into the business. However, this effort is being to spread out into such kind of other factories that is oriented in a system of multi level marketing, for instance Pt. Mitra Permata Mandiri. This factory promises to their consument for giving a bonus or prize for those who are able to achieve a certain target.*

Keywords: *syari'atisasi (including such kinds of conventional businesses into an Islamic regulation), multi-level marketing, multi-akad (contract)*

PENDAHULUAN

Akhir-akhir ini kita menyaksikan sebuah fenomena maraknya para aktivis dakwah terlibat dalam upaya mengembangkan bisnis secara mandiri sebagai lahan penghidupan mereka. Tentu saja ini adalah sebuah fenomena yang sangat menarik dan patut kita syukuri, apalagi hal tersebut dikembangkan di tengah-tengah kondisi masyarakat yang tengah terpuruk di segala bidang kehidupan, termasuk ekonomi.

* Staf pengajar STAIN Sjech. M. Djamil Djambek Bukittinggi

Berbisnis merupakan aktivitas yang sangat dianjurkan dalam ajaran Islam. Bahkan, Rasulullah SAW sendiri pun telah menyatakan bahwa 9 dari 10 pintu rezeki adalah melalui pintu berdagang (al-hadits). Artinya, melalui jalan perdagangan inilah, pintu-pintu rezeki akan dapat dibuka sehingga karunia Allah terpancar daripadanya. Jual beli merupakan sesuatu yang diperbolehkan (QS 2 : 275), dengan catatan selama dilakukan dengan benar sesuai dengan tuntunan ajaran Islam.

Salah satu pola bisnis yang saat ini sangat marak dilakukan adalah bisnis dengan sistem MLM (Multi Level Marketing). Pada dasarnya, berbisnis dengan metode ini boleh-boleh saja, karena hukum asal mu'amalah itu adalah *al-ibaahah* (boleh) selama tidak ada dalil yang melarangnya. Meski demikian, bukan berarti tidak ada rambu-rambu yang mengaturnya. Penulis melihat bahwa pada prakteknya, masih sering terdapat berbagai penyimpangan dari aturan syariah, sehingga adalah tugas kita bersama untuk meluruskannya.

Upaya untuk mensyari'ahkan (syari'atisasi) berbagai bisnis konvensional dalam realitanya telah dilakukan, mulai dari bank, pegadaian, asuransi, reksadana, obligasi dan sebagainya. Upaya mensyari'ahkan berbagai bisnis itu tentu saja dengan mengaplikasikan berbagai macam akad atau kontrak yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah ke dalam bisnis itu. Fenomena syari'atisasi berbagai bentuk bisnis itu juga merambah ke dalam perusahaan-perusahaan yang bergerak dengan sistem multi-level marketing atau penjualan langsung berjenjang sejalan dengan keluarnya Fatwa DSN MUI yaitu Fatwa No : 75/DSN MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syari'ah.

Salah satu Perusahaan MLM yang telah meminta fatwa kepada MUI tentang keabsahan sistem mereka adalah PT. Mitra Permata Mandiri. Setelah melalui beberapa kali pertemuan dan perbaikan sistem, akhirnya DSN MUI menganggap sistem MLM yang dijalankan oleh perusahaan PT. Mitra Permata Mandiri sudah sesuai dengan prinsip syari'ah yang dibuktikan dengan dikeluarkannya sertifikat oleh MUI lokal dan MUI Pusat. Namun dengan dikeluarkannya sertifikat syari'ah itu tersebut tidaklah langsung menghentikan dan mematikan daya kritis terhadap sistem dan kinerja bisnis yang dijalankan oleh perusahaan ini. Karena bisa jadi secara konseptual akad-akad yang diaplikasikan sudah sesuai dengan syari'ah. Namun belum tentu kesesuaian itu juga berlanjut dalam tataran operasionalnya.

Dilihat dari visi dan misi dari perusahaan ini, tidak dipungkiri tujuan mulia dari perusahaan ini, yaitu memudahkan jalan bagi masyarakat untuk menunaikan rukun Islam ke-5. Namun dalam Islam tujuan tidak menghalalkan cara. Tujuan yang mulia mesti dicapai dengan cara yang baik pula. Apabila diperhatikan secara sepintas, cara menghajikan masyarakat yang dipraktekkan oleh PT. Mitra Permata Mandiri, terutama dari sisi pola rekrutmen yang dijalankan, bisnis ini identik dengan salah satu jenis bisnis penggandaan uang (money game), yaitu sistem binary atau kanan kiri seimbang yang ditentang oleh APLI dan DSN.¹ Sistem binary ini dalam sejarah pernah meresahkan masyarakat dan menimbulkan gejolak sosial di Indonesia khususnya dan dunia umumnya.² Selain itu, uang muka untuk menjadi anggota seolah-olah hanya sebagai kamufase, karena uang muka itulah yang diputar untuk menghajikan up-line yang telah memenuhi target tertentu.

Berdasarkan uraian itu, dengan segala keterbatasan, makalah ini mencoba mengkaji kesesuaian kinerja bisnis MLM yang dijalankan oleh PT. Mitra Permata Mandiri dengan prinsip-prinsip syari'ah.

SEKILAS PANDANG TENTANG MLM “MURNI” DAN BISNIS PENGGANDAAN UANG (MONEY GAME)

Pengertian dan karakteristik sistem MLM

Multi-level marketing atau yang populer dengan istilah MLM terdiri dari dua kata, yaitu *multi-level* dan *marketing*. Pengertian *multi-level* adalah “bertingkat-tingkat” atau “berjenjang”,³ sedangkan *marketing* berarti “pemasaran” atau “perdagangan”.⁴ Jadi secara etimologi pengertian *multi-level marketing* (selanjutnya disebut MLM) adalah penjualan langsung berjenjang/bertingkat.

Pengertian MLM secara terminologis dikemukakan oleh pakar penjualan/manajemen dan peraturan perundang-undangan antara lain :

1. Menurut Allen Carmichael MLM adalah suatu cara yang efektif untuk mendistribusikan produk atau jasa tanpa perlu mengeluarkan biaya iklan, promosi, pemasaran, sewa gudang dan lain-lain, sedangkan kepada distributor akan diberikan imbalan berupa komisi atau insentif.⁵
2. Dalam SK Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 73/MPP/Kep./3/2000 tentang Ketentuan Usaha Penjualan Berjenjang, bab I pasal 1 poin 1 dijelaskan bahwa :

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/atau jasa tertentu kepada sejumlah perorangan atau badan usaha lainnya secara berturut-turut yang bekerja berdasarkan komisi atau iuran keanggotaan yang wajar.

Dari dua definisi di atas dapat dipahami, bahwa MLM atau yang disebut juga *network marketing* merupakan cara pemasaran yang efektif dengan memangkas jalur distribusi dalam penjualan konvensional, karena tidak melibatkan agen tunggal, sub-agen, dealer/grosir, toko/*outlet/store*, dan pengecer, tetapi langsung mendistribusikan produk kepada distributor independen yang bertugas sebagai pengecer atau penjual langsung kepada konsumen. Dengan cara tersebut biaya pemasaran dan distribusi –dengan jumlah total menurut Harefa bisa mencapai 65% dari harga jual produk--⁶ dapat dialihkan kepada distributor independen dengan suatu sistem berjenjang yang disesuaikan dengan prestasi atau pencapaian target penjualan distributor yang bersangkutan.

Untuk mendapatkan gambaran yang utuh tentang karakteristik bisnis MLM, perlu dikemukakan pandangan usahawan/praktisi yang bergerak langsung dalam bisnis ini, yaitu Abrian Natan (Direktur Eksekutif PT.CNI). Menurutny ada beberapa karakteristik bisnis MLM yang membedakannya dengan bisnis penggandaan uang (*money game*), yaitu sebagai berikut :⁷

1. MLM merupakan bagian dari penjualan langsung yang sudah memasyarakat dan diterima sebagai anggota Asosiasi Penjual Langsung Indonesia (APLI) atau *World Federation Direct Selling Association* (WFDSA) serta diakui legalitasnya oleh pihak yang berwenang.
2. Sistem MLM memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggotanya untuk berhasil, baik yang bergabung lebih dahulu (*up-line*) atau yang bergabung belakangan (*down-line*).
3. Keuntungan dan keberhasilan distributor MLM sepenuhnya ditentukan oleh hasil kerja keras dalam bentuk pembelian dan penjualan produk perusahaan yang dihitung berdasarkan hasil penjualan pribadi dan anggota jaringannya.
4. Dalam sistem MLM biaya pendaftaran menjadi anggota tidak terlalu mahal dan dapat dipertanggungjawabkan, karena nilainya setara dengan barang/benda yang diperoleh (umumnya disebut *starter kit* atau *distributor kit*).

5. Dalam sistem MLM setiap distributor independen tidak dianjurkan, bahkan dilarang menumpuk barang (*buy up/buy back/stock up*), karena yang terpenting adalah pemakaian produk yang dirasakan manfaatnya atau khasiatnya secara langsung oleh konsumen.
6. Perusahaan MLM membina distributornya dalam berbagai program pendidikan dan pelatihan yang berkesinambungan agar menjadi manusia yang berkualitas.
7. Dalam sistem MLM setiap sponsor (*up-line*) berkepentingan untuk meningkatkan kualitas anggota jaringannya, sebab keberhasilannya banyak ditentukan oleh hal ini.
8. Perusahaan MLM umumnya memiliki visi dan misi bernuansa sosial dengan perspektif jangka panjang.
9. Konsep kemitraan antara perusahaan dan distributor, bahkan termasuk pemerintah, konsumen, dan masyarakat sangat jelas dalam sistem MLM.

Itulah beberapa karakteristik yang dimiliki oleh sistem MLM menurut usahawan MLM. Apabila ada sebuah perusahaan yang mengaku beroperasi dengan sistem MLM, namun menyalahi salah satu dari karakteristik di atas, maka perusahaan tersebut patut dicurigai sebagai perusahaan penggandaan uang (*money game*).

Pengertian Money Game

Money game secara literal berarti permainan uang atau perjudian. Dalam terminologi pemasaran, terma Money game mengacu kepada suatu aktifitas bisnis ilegal dengan cara mengeksploitasi orang lain untuk meraup keuntungan sebanyak-banyaknya tanpa kerja keras. Adapun yang dimaksud Money game adalah salah satu bisnis berkedok MLM, di mana sistem MLM murni direkayasa atau dimodifikasi sedemikian rupa guna mendapatkan uang tanpa susah payah melakukan penjualan. Dalam prakteknya, setidaknya ada tiga bentuk modifikasi yang telah berkembang saat ini, yaitu skema piramida, sistem binari dan investasi surat berantai. Dalam makalah ini, kajian akan difokuskan pada praktek penggandaan uang dengan sistem binary, karena sistem inilah yang diduga identik dengan perusahaan yang tengah di-*muzakarabkan*.

Sistem binari –dikenal juga dengan istilah *binary compensation plan* atau *balancing binary lateral compensation programs* atau sistem *kanan-kiri seimbang* – merupakan salah satu sistem alternatif kompensasi (pemberian komisi) yang

dipergunakan oleh para pengusaha yang mengaku menjalankan bisnis MLM yang dianggap lebih menguntungkan.⁸ Dalam banyak hal –seperti kualitas produk, sistem kompensasi itu sendiri, strategi pengembangan usaha dan prospek bisnis, terdapat persamaan yang mendasar antara sistem binari yang sudah diselewengkan dari konsep awalnya tersebut dengan sistem piramida, sehingga Andrias Harefa menyebut sistem binari sebagai anak kembar dari sistem piramida.⁹

Secara teoritis, sistem binari bukanlah merupakan sistem kompensasi yang “ilegal” dari desain dan konsep awalnya, hanya saja dalam operasionalnya terjadi penyimpangan yang menyebabkan sistem tersebut terjebak kepada suatu bentuk bisnis penggandaan uang (*money game*).¹⁰ Konsep awal dari sistem binari ini sebenarnya mengacu kepada sistem MLM murni, perbedaannya hanya terdapat dalam hal aturan rekrutmen dan syarat mendapatkan komisi, di mana seorang distributor hanya dibolehkan merekrut dua orang dan dua orang yang berhasil direkrut tersebut juga harus merekrut dua orang, begitu seterusnya. Untuk mendapatkan komisi dalam sistem binari disyaratkan jumlah distributor yang menjadi anggota jaringannya tersebut harus membentuk sebuah formasi yang seimbang kiri-kanan.

Akan tetapi, dari segi operasionalnya sistem binari ini banyak yang menyimpang dari konsep awal sistem MLM, adapun penyimpangan tersebut antara lain :

1. Dari segi kompensasi, konsep awalnya seseorang mendapatkan komisi apabila berhasil membuat formasi seimbang kiri-kanan terhadap anggota jaringan yang berada di bawahnya, akan tetapi dalam prakteknya komisi didapat dari uang pendaftaran *down-line* yang berhasil direkrutnya. Di sinilah kelemahan sistem binari yang menjadikannya sebagai bisnis penggandaan uang (*money game*).
2. Dari segi kualitas produk, pada dasarnya perusahaan MLM mengutamakan kepuasan konsumen dengan memberikan jaminan 100% uang kembali (100% *back money guarantee*) apabila terjadi komplein. Namun, dalam sistem binari produk hanya sebagai kamufase supaya tidak dicurigai sebagai sistem piramida, yang paling penting adalah merekrut anggota sebanyak-banyaknya untuk mendapatkan komisi.
3. Dalam pengembangan bisnis, para anggota tidak perlu bersusah payah melakukan penjualan produk dan mengikuti pelatihan produk. Aktifitas bisnis distributor hanyalah merekrut dua orang dan memastikan orang

yang direkrut melakukan hal yang sama, selanjutnya bersiap-siap menjadi orang kaya mendadak.¹¹ Praktek bisnis seperti ini secara tegas ditentang oleh Helmi Attamimi (ketua APLI) sebagaimana ungkapannya berikut :

“Kami tidak setuju dengan setiap usaha binari atau money game yang berkedok MLM... yang mendapatkan pemasukan dari perekrutan. Pemasukan itu diperoleh dari jual produk atau jasa, bukan dari pendaftaran... anggota baru yang disuruh membayar jutaan rupiah.”¹²

Sebagai konsekwensi logis dari pernyataan ini adalah APLI tidak menerima setiap perusahaan yang beroperasi dengan sistem binari. Dengan penolakan perusahaan yang memakai sistem binari oleh APLI –sebagaimana yang ditegaskan oleh Helmi Attamimi di atas, maka jelaslah bahwa sistem binari tidak sama dengan MLM, tapi sistem ini merupakan praktek bisnis curang yang melanggar norma-norma/etika bisnis.

APLIKASI MLM PADA PT. MITRA PERMATA MANDIRI

Kinerja bisnis

Secara sederhana dapat dideskripsikan bahwa kinerja bisnis dalam perusahaan PT. Mitra PERMATA Mandiri sebagai berikut :

1. Mendaftarkan diri melalui internet dengan mengisi formulir yang telah disediakan oleh perusahaan.
2. Membeli paket Zahra seharga Rp. 2.800.000,-.
3. Mendapatkan hak keanggotaan, voucher haji (\$250), voucher umroh (\$100) dan buku-buku islami.
4. Merekrut 2 orang lain untuk ikut bergabung dan memastikan kedua orang itu juga merekrut orang lain bergabung dengan formasi 2-2 secara seimbang (kanan kiri seimbang) sebagai syarat untuk mendapatkan komisi dan bonus.

Pola Kemitraan dan Sistem Remunerasi

Berdasarkan gambaran yang terdapat di dalam buku panduan dan juga website PT. Mitra PERMATA Mandiri dan didukung oleh presentasi bisnis dari mitra diketahui bahwa pola kemitraan yang dibangun oleh perusahaan dengan para mitra adalah berdasarkan prinsip wakalah, murabahah, ijarah dan ju'alah. Kompensasi dari prinsip ijarah diberikan dalam bentuk komi-

si. Sedangkan kompensasi dari prinsip ju'alah diberikan dalam bentuk bonus atau hadiah.

PT. MPM memberikan sistem remunerasi akad kemitraan berupa komisi, bonus dan hadiah kepada mitra yang telah bekerja, berdakwah, dan bertarbiyah untuk mengajak umat ke Baitullah, dengan rincian:

Tabel 1. sistem Remunerasi Akad Kemitraan PT. MPM

1. IJARAH	
a. Komisi Tasbih	= Rp. 500.000,-
2. JU'ALAH	
a. Bonus Tamitama	= Rp. 1.000.000,-
b. Bonus Taplus 1	= Rp. 100.000,-
c. Bonus Taplus 2	= Rp. 150.000,-
d. Hadiah Tapritas	= Rp. 100.000,-
e. Hadiah Tasmit	= Rp. 50.000,-
f. Bonus Tahapan	= Rp. 10.000,-/mitra
g. Bonus Prestasi Umroh	= Rp. 30.000.000,-
h. Bonus Prestasi Haji	= Rp. 60.000.000,-
i. Bonus Akhir Tahun	sesuai kebijakan perusahaan

TINJAUAN HUKUM ISLAM

Menurut Fatwa Dewan Syari'ah Nasional No : 75/DSN MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Berjenjang Syari'ah (**PLBS**), ada beberapa ketentuan yang wajib dipenuhi oleh perusahaan yang bergerak dengan system PLB ini, sebagai berikut:

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

5. Komisi yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota baik besaran maupun bentuknya harus berdasarkan pada prestasi kerja nyata yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang atau produk jasa, dan harus menjadi pendapatan utama mitra usaha dalam PLBS;
6. Bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) harus jelas jumlahnya ketika dilakukan transaksi (akad) sesuai dengan target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan oleh perusahaan;
7. Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa;
8. Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan *ighbra*'.
9. Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dengan anggota berikutnya;
10. Sistem perekrutan keanggotaan, bentuk penghargaan dan acara seremonial yang dilakukan tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan aqidah, syariah dan akhlak mulia, seperti syirik, kultus, maksiat dan lain-lain;
11. Setiap mitra usaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkeajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya tersebut;
12. Tidak melakukan kegiatan *money game*.

Apabila dikomparasikan antara bisnis MLM yang dijalankan oleh PT. MPM dengan sistem binary (money game) yang ditentang oleh APLI, seolah-olah keduanya identik dalam beberapa hal, antara lain: dari segi komisi, kompensasi dan pengembangan bisnis.

Untuk mendapatkan komisi dalam sistem binari disyaratkan jumlah distributor yang menjadi anggota jaringannya tersebut harus membentuk sebuah formasi yang seimbang kiri-kanan.

Dari segi kompensasi, konsep awalnya seseorang mendapatkan komisi apabila berhasil membuat formasi seimbang kiri-kanan terhadap anggota jaringan yang berada di bawahnya, akan tetapi dalam prakteknya komisi didapat dari uang pendaftaran *down-line* yang berhasil direkrutnya. Di sini-

lah kelemahan sistem binari yang menjadikannya sebagai bisnis penggandaan uang (*money game*).

Dalam pengembangan bisnis, para anggota tidak perlu bersusah payah melakukan penjualan produk dan mengikuti pelatihan produk. Aktifitas bisnis distributor hanyalah merekrut dua orang dan memastikan orang yang direkrut melakukan hal yang sama, selanjutnya bersiap-siap menjadi orang kaya dan menunaikan umroh atau haji.

Sekalipun terlihat identik, namun perlu diingat dan dipertimbangkan usaha pensyari'atan bisnis yang telah dilakukan oleh PT.MPM ini yaitu dengan mengaplikasikan 4 akad yang legal di sisi hukum Islam dalam bisnisnya, yaitu akad wakalah, akad bi' murabahah, akad ijarah dan akad ju'alah.¹³

1. Aplikasi akad *wakalah* di PT. MPM

Sebagaimana yang tercantum dalam perjanjian atau akad kemitraan PT. MPM dapat diketahui bahwa akad yang dibangun adalah akad *wakalah muqayyadah*.¹⁴ Yaitu pelimpahan kekuasaan oleh satu pihak kepada pihak lain dalam hal-hal yang boleh diwakilkan dengan syarat-syarat tertentu. Dalam hal ini PT. MPM melimpahkan wewenang kepada para mitra yang telah bergabung untuk berdakwah dan untuk mengajak masyarakat/umat melaksanakan kewajibannya menjalankan ibadah Haji dan Umrh (istilah bisnisnya merekrut mitra baru). Sifat *wakalah*-nya adalah *muqayyadah* (terbatas), artinya pelimpahan kekuasaan itu hanya dalam hal merekrut mitra baru saja, tidak dalam hal-hal lain; seperti mewakili perusahaan kepada pers, kepada pemerintah, membuka relasi bisnis dengan perusahaan lain. Dalam aplikasinya penulis tidak melihat adanya prinsip syari'ah yang dilanggar.

2. Aplikasi akad *bi' murabahah* di PT. MPM

Bi' murabahah adalah penjualan suatu barang kepada pembeli dengan harga (*tsaman*) pembelian dan biaya yang diperlukan ditambah keuntungan sesuai dengan kesepakatan¹⁷ Aplikasi akad *bi' murabahah* ini di PT. MPM terlihat ketika mitra mendaftar dengan membeli paket Zahra seharga Rp. 2.800.000,- Dengan pembelian itu, mitra mendapatkan hak usaha (hak keanggotaan), beberapa buku Islam, voucher haji 250 USD dan voucher umroh 100 USD. Dengan mengenyampingkan nilai harga voucher haji dan umroh, --karena ianya adalah hadiah yang tidak bisa diuangkan dan lagi pula dikaitkan dengan prestasi mitra dan waktu tertentu (5 tahun), maka secara riil yang dibeli adalah dua hal, yaitu hak keanggotaan dan beberapa buku is-

lami (± 4 buku). Bila dibandingkan akumulasi harga buku-buku itu dan harga keanggotan dengan jumlah uang yang dibayarkan kepada PT. MPM terasa tidak setara. Dengan kata lain, harga paket itu telah di mark-up dengan keuntungan yang cukup besar.

Dilihat dari perspektif fiqh, yaitu dengan merujuk kepada prinsip *bi' murabah*; penjual (PT. MPM) dapat menjual barangnya kepada pembeli (mitra) dengan tingkat harga tertentu yang merupakan akumulasi dari modal, biaya-biaya yang dikeluarkan, dan keuntungan sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak. Sekalipun harga yang ditetapkan oleh perusahaan itu relatif mahal, namun itu tidak menyalahi syari'ah. Karena syari'ah tidak memberikan batasan tertentu dalam mengambil keuntungan, bisa 100%, 500%, 900% dan seterusnya, selama terpenuhi unsur-unsur kerelaan kedua pihak dan terhindar dari unsur-unsur *maysir*, *gharar*, *riba* dan *zulm*.¹⁶

3. Aplikasi akad ijarah di PT. MPM

Dilihat dari segi objeknya, para ulama membagi *ijârah* kepada 2 bentuk, yaitu : *ijârah* terhadap suatu benda dan *ijârah* terhadap suatu pekerjaan (jasa).¹⁷ Bentuk pertama dikenal dengan istilah sewa-menyewa, misalnya; kontrak rumah dan toko, berbagai usaha rental, seperti rental mobil, komputer, VCD dan sebagainya. Sedangkan bentuk kedua lazim disebut upah-mengupah, misalnya; pelayan toko, buruh pabrik, buruh bangunan, dan sebagainya. Akad ijarah yang berlaku pada PT. MPM merujuk kepada ijarah dalam bentuk kedua ini, yaitu ijarah *bil manfa'ah*. Aplikasi akad ijarah pada PT. MPM dapat dideskripsikan sebagai berikut PT. MPM mempekerjakan para mitranya untuk mempromosikan paket Zahra dengan upah (komisi) yang telah disepakati (istilah operasionalnya dalam PT. MPM adalah komisi Tasbih, yaitu Rp. 500.000,- untuk setiap paket Zahra yang berhasil dijual kepada mitra baru). Dalam pandangan penulis praktek ini tidak bertentangan dengan prinsip syari'ah.

4. Aplikasi akad ju'alah di PT. MPM

Secara etimologi *al-ju'alah* berarti hadiah yang diberikan kepada orang lain atas pekerjaan yang dilakukannya. *Al-ju'alah* dalam bahasa sehari-hari sering disebut dengan terma sayembayara atau janji memberi hadiah. Sedangkan secara terminologi *al-ju'alah* adalah : "*Upah terhadap suatu pekerjaan atau manfaat yang diduga akan berhasil*"¹⁸

Dua definisi yang dikemukakan di atas menggambarkan bahwa ganjaran atau upah yang diberikan dikaitkan dengan suatu pekerjaan yang mungkin berhasil dan mungkin pula tidak. Misalnya seseorang berkata; "Siapa yang dapat menemukan anak yang hilang," atau "Siapa yang mempunyai catatan waktu yang paling cepat dalam perlombaan" atau "Siapa yang memperoleh nilai ujian paling tinggi" akan mendapat ganjaran sekian. Dalam kitab-kitab fikih, biasanya *fukahak* sering memberikan contoh dengan mengembalikan binatang tunggangan yang hilang (sesat) atau budak (hamba sahaya) yang melarikan diri.

Aplikasi akad al-ju'alah dalam PT.MPM dapat dideskripsi dalam memberikan bonus atau hadiah kepada mitra yang telah berhasil membina para mitra dibawahnya dengan membentuk suatu formasi jaringan yang seimbang kiri dan kanan. Misalnya untuk mendapatkan bonus prestasi umroh senilai Rp. 30.000.000,- seorang mitra mesti mendapatkan mitra sebanyak 200 mitra/calon jamaah dengan formasi jaringan 100 di kiri dan 100 di kanan. Begitu pula bonus prestasi haji senilai Rp. 60.000.000,-, seorang mitra mesti mendapatkan mitra sebanyak 400 mitra/calon jamaah dengan formasi jaringan 200 kiri dan 200 kanan. Dengan persyaratan ini, maka dapat dipahami bahwa jika seorang mitra telah mendapatkan mitra/calon jamaah sebanyak yang dikehendaki atau bahkan lebih banyak lagi, tetapi bila tidak seimbang formasinya maka mitra itu tidak mendapat bonus atau hadiah yang dijanjikan.

Menurut hemat penulis, menerapkan prinsip ju'alah dalam konteks ini kurang tepat dan tidak adil. Dapat digambarkan sebagai berikut, jika seorang mitra berhasil membina jaringan lebih dari 400 calon jama'ah, misalnya 500, 600, bahkan 1000 orang, namun karena formasi tidak seimbang maka mitra itu tidak berhak atas bonus yang dijanjikan. Padahal keuntungan dari pembelian paket itu yang berasal dari ratusan calon jamaah tetap dinikmati oleh perusahaan. Sedangkan mitra yang membina tidak mendapatkan haknya. Begitupula bagi mitra yang tidak berhasil mencapai target jaringan yang ditetapkan, misalnya untuk mendapatkan bonus prestasi umroh disyaratkan mendapatkan 200 calon jamaah dengan formasi 100 kiri dan 100 kanan. Namun karena suatu hal, mungkin karena sakit atau meninggal mitra itu hanya mampu mendapatkan calon jamaah 195 dengan formasi 100 kiri dan 95 kanan. Keuntungan yang pasti tetap didapatkan perusahaan dari penjualan paket, sedangkan mitra tadi tidak mendapatkan apa yang diharapkannya.

Sebagai jalan keluar untuk mengeliminir ketidakadilan ini, dalam kasus-kasus yang digambarkan di atas sebaiknya PT. MPM mengaplikasikan akad ijarah sebagai pengganti akad ju'alah. Sehingga setiap prestasi kerja dari mitra tetap diberikan komisi atau imbalan sekalipunformasinya tidak seimbang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Secara umum akad-akad yang diaplikasikan dalam sistem Penjualan Langsung Berjenjang di PT. MLM sudah sesuai dengan prinsip-prinsip syari'ah.

Dalam kasus-kasus tertentu, seperti mitra yang hanya mampu mendapatkan calon jamaah yang kurang sedikit dari target yang ditetapkan atau mitra yang mendapatkan calon jamaah yang telah mencapai target bahkan lebih tetapi dengan formasi yang tidak seimbang, sebaiknya dibuatkan klausul baru bagi mereka demi menghargai usaha yang telah mereka lakukan, yaitu dengan menerapkan akad ijarah.

Dengan adanya kasus-kasus berkaitan dengan perusahaan travel haji yang tidak bisa memberangkatkankan jama'ahnya karena berbagai faktor, sebaiknya PT. MPM memberikan jaminan kepastian keberangkatan mitra yang telah mencapai target yang ditetapkan dalam satu akad khusus.

Untuk menghilangkan syubhat yang timbul dari sistem ini, semestinya PT. MPM beralih menggunakan bank syari'ah berkaitan dengan pemberian komisi, bonus dan hadiah. []

ENDNOTES

¹ Di Indonesia perusahaan yang beroperasi dengan sistem MLM tergabung dalam satu wadah yang bernama *Asosiasi Penjual Langsung Indonesia (APLI)* –didirikan pada tahun 1984 di Jakarta. APLI merupakan bagian dari Asosiasi Penjual Langsung Internasional (*World Federation Direct Selling Association / WFDSA*). Misi APLI adalah mewujudkan suatu industri penjual langsung di Indonesia yang dapat tumbuh secara berkelanjutan melalui upaya penciptaan iklim usaha yang yang sehat dan perilaku anggota yang terpuji melalui pendidikan dan pelatihan anggota, agar memperoleh pengakuan keberadaannya oleh pemerintah, masyarakat usaha dan konsumen. Dengan demikian, hanya perusahaan MLM yang sejati atau murni sajalah yang diterima sebagai anggota organisasi ini, sedangkan bisnis penggandaan uang (*money game*) yang berkedok MLM tidak akan diterima sebagai anggota karena melanggar etika bisnis dalam berusaha. Sampai bulan Oktober 1999 tercatat sudah 37 perusahaan penjualan langsung yang menjadi Anggota AP-LL. Harefa, *Pesona Bisnis Direct Selling dan MLM*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2000), h.187,190, 194-210

² Pinrang Rusuh: 9 Kantor Pemerintah dibakar, *Kompas*, (Jakarta), 26 November 1998, h.1. Setiawan Budi Utomo, "Ikut MLM Boleh, Tidak ?", *Saksi*, (Jakarta), No. 25 Thn. I, 11-25 Agustus 1999, h.38. Tajuk Rencana, *Republika*, (Jakarta), 25 Juli 1999, h.2. Uang Nasabah Rp. 1 Trilyun Dilarikan: Waspadai Tawaran Penggandaan Uang di Medan dan Surabaya, *Kompas*, (Jakarta), 14 Juli 1999, h.1. Polisi Jatim Gerebek PT. BMA Pengganda Uang : Kantor di Medan di Bakar, *Kompas*, (Jakarta), 15- Juli 1999, h. 1. Polda Jatim Didemo Nasabah PT. BMA: Dana Nasabah di Medan Capai Rp. 3 Trilyun, *Kompas*, (Jakarta), 16 Juli 1999, h.1,11. Rubrik Hukum, "Keuntungan Cepat Membuat Mata Gelap: Bank Gelap Berkedok MLM Kembali Marak", *Tabloid Kontan*, (Jakarta), 9 Juli 1999. Masyarakat Harus Waspadai MLM "SFZ-750", Padang Ekspres, (Padang), 20 Oktober 2001, h.15. Tarmizi Yusuf, *Strategi MLM Secara Cerdas dan Halal*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2000), h.100-101

³ John M.Echol dan Hasan Shadily, *An English-Indonesia Dictionary*, (Jakarta: Gramedia, 1995), cet.ke-21, h.388

⁴ *Ibid.*, h.373

⁵ Allen Carmichael, *Network dan Multi-Level Marketing*, diterjemahkan oleh Dja'far judul asli: *Network and Multi-Level Marketing*, (Jakarta: Pustaka Delapratasa, 1996), h. 2-3

⁶ Biaya pemasaran dan distribusi yang bisa mendekati 65 % dari harga jual tersebut, sebagian besar dialokasikan untuk promosi iklan, konsultan pemasaran, administrasi pemasaran, transportasi, sewa gudang, biaya undian berhadiah, gaji serta komisi wira niaga, dan lain-lain. Andrias Harefa, *MLM di Era Internet*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000), h.62

⁷ Andrias, *MLM Alternatif... opcit.*, h.24-29

⁸ Dalam bisnis MLM murni hanya terdapat dua sistem kompensasi yang lazim dipergunakan, yaitu sistem *stair step break-away plans* dan sistem *matrix plans*. *Stair step break-away plans* adalah sistem kompensasi yang dipergunakan oleh perusahaan MLM konvensional (MLM murni), seperti Amway dan CNI (sistem ini akan dibahas lebih lanjut). Sedangkan *matrix plans* adalah sistem pemasaran yang memiliki persamaan mendasar dengan sistem *uni-level* atau *single-level*, di mana jumlah *front line* (*down-line* yang langsung berada di bawah seseorang) yang boleh direkrut di batasi dalam jumlah dan tingkat tertentu. Inilah yang membedakannya dengan sistem *stair step break-away plans* yang tidak membatasi jumlah *front-line* yang dapat direkrut. Andrias, *MLM di Era... , opcit.*, h.81-83. PT. Centra Nusa Insancemerlang, *Rencana Pengembangan Usaha*, (Jakarta: tp.1998), h.55

⁹ Andrias, *MLM Alternatif... opcit.*, h.24.

¹⁰ Andrias, *ibid.*, h.77

¹¹ Andrias, *MLM dan Penggandaan... , opcit.*, h.54

¹² Dikutip oleh Andrias Harefa dari hasil wawancara majalah Panji dengan orang yang bersangkutan. *Ibid.*, h.57

¹³ Bergabungnya beberapa akad dalam satu transaksi dalam istilah fiqh disebut *al-'uqud al-muta'addidah* atau *al-'uqud al-murakkabah*. Mayoritas ulama Hanafiyah, sebagian pendapat ulama Malikiyah, ulama Syafi'iyah, dan Hanbali berpendapat bahwa hukum multi akad sah dan diperbolehkan menurut syariat Islam. Bagi yang membolehkan beralasan bahwa hukum asal dari akad adalah boleh dan sah, tidak diharamkan dan dibatalkan selama tidak ada dalil hukum yang mengharamkan atau membatalkannya. Abdullāh bin Muhammad bin Abdullāh

al-‘Imrâni, *Al-‘uqûd al-Mâliyah al-Murakkabah: Dirâsah Fiqhiyyah Ta’shîliyah wa Tathbîqiyyah*, (Riyadh: Dâr Kunûz Eshbelia li al-Nasyr wa al-Tauzî’, 2006), cet. ke-1, hal. 69

¹⁴ Lihat Fatwa DSN MUI NO: 10/DSN-MUI/IV/2000 tentang Wakalah

¹⁵ Fatwa DSN MUI NO: 16/DSN-MUI/IX/2000 tentang Diskon dalam Murabahah

¹⁶ Lihat Yusuf Qaradhawi, *Fatwa-Fatwa Kontemporer*, terjemahan dari judul *Fatawa al-Mu’ashirah*, (Jakarta; Gema Insani Press, 1996), jil. II, h. 599-602

¹⁷ al-Kasyânâwî, *opcit.*, jil.I, h.321. Ibn Rusyd, *opcit.*, juz II, h. 171. al-Syarbaini, *opcit.*, juz II, h. 333

¹⁸ Al-Dardir, *al-Syarh al-Kabir*, juz IV, h.60. Ibn Rusyd, *Bidayah Mujtahid*, jil. II, 232.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullâh bin Muhammad bin Abdullâh al-‘Imrâni, *Al-‘uqûd al-Mâliyah al-Murakkabah: Dirâsah Fiqhiyyah Ta’shîliyah wa Tathbîqiyyah*, (Riyadh: Dâr Kunûz Eshbelia li al-Nasyr wa al-Tauzî’, 2006), cet. ke-1, hal. 69
al-Kasyânâwî, Abî Bakr bin Hasan. [t.th]. *Ashal al-Madârik Syarh Irsyâd al-Sâlik fî Fiqh Imâm al-A’immah Mâlik*, [t.t]: Dâr al-Fikr.

Carmichael, Allen. 1996. *Network dan Multi-Level Marketing*, diterjemahkan oleh Dja’far judul asli: Network and Multi-Level Marketing. Jakarta: Pustaka Delapratasa.

Fatwa DSN MUI NO: 10/DSN-MUI/IV/2000 tentang Wakalah

Fatwa DSN MUI NO: 16/DSN-MUI/IX/2000 tentang Diskon dalam Murabahah

Harefa. Andrias, 2000. *MLM di Era Internet*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

-----, 2001. *Meet, Learn & Multiply*. Jakarta : Penerbit Buku Kompas.

-----, 1999. *MLM Alternatif Karier dan Usaha Menyongsong Milenium Ketiga*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

-----, *MLM dan Penggandaan Uang*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1999

-----, 2000. *Pesona Bisnis Direct Selling dan MLM*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama,

M. Echol, John dan Hasan Shadily. 1995. *An English-Indonesia Dictionary*. Jakarta: Gramedia.

PT. Centra Nusa Insancemerlang. 1998. *Rencana Pengembangan Usaha*. Jakarta: [t.p.].

- Qaradhawi, Yusuf. 1996. *Fatwa-Fatwa Kontemporer* jil. II, terjemahan dari judul *Fatawa al-Mu'ashirah*. Jakarta; Gema Insani Press.
- Syarbaini, Muhammad Khatib. [t.th]. *Mughni al-Muhtaj*. Beirut : Dâr al-Fikri.
- Yusuf, Tarmizi. 2000. *Strategi MLM Secara Cerdas dan Halal*. Jakarta: Elex Media Komputindo.