

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbincangan mengenai Multi Level Marketing (MLM) saat ini bukanlah hal yang biasa untuk didengar, bahkan didaerah pelosok pun sudah banyak membicarakan mengenai bisnis tersebut. Bisnis ini seperti sudah sangat lumrah dijalankan bahkan jika melihat pada realita maka bisa dipastikan 80% rakyat Indonesia mungkin akan mengambil jalan yang mudah yang jaminannya dapat menjadikan mereka lebih baik kehidupannya dari biasanya. Kendatipun didalam buku-buku dan jurnal-jurnal mengenai Multi Level Marketing (MLM), baik berskala Nasional dan Internasional sudah banyak yang dipublikasikan, dan berbagai perdebatan mengenai bisnis ini antara boleh atau tidak pun masih belum menemukan kesimpulan dan persoalan tersebut masih belum selesai, bahkan perlu dikembangkan dan dijadikan bahan kajian lebih lanjut. Hal ini diperlukan untuk menyadarkan masyarakat betapa harus butuh kehatia-hatian dalam berbisnis agar tidak terjerumus pada hal-hal yang tidak diinginkan karena di Indonesia terdapat 8 juta penduduk yang terlibat dalam industry MLM, 600 perusahaan MLM, 62 legal sudah menjadi anggota apli/ wadah resmi perusahaan MLM di Indonesia.

”Ada beberapa cerita mengenai orang yang sukses dengan menjadi anggota dan distributor MLM yang diumumkan dimedia cetak. Tetapi umumnya yang bisa bertahan dan dapat mengandalkan MLM sebagai mata pencahariannya adalah anggota MLM yang memprioritaskan penjualan produk. Sedangkan yang menjadi

anggota arisan berantai, umumnya walaupun ada yang berhasil dan meraih keuntungan besar, yang berhasil hanyalah mereka yang menjadi anggota lebih awal dan berhasil menarik banyak *down line*. Jadi keberhasilannya hanya bersifat jangka pendek, karena dengan menggunakan sistem piramid seperti itu suatu saat akan mencapai titik jenuh”.¹

Seperti yang kita ketahui bahwa bisnis Multi Level Marketing (MLM) menjual barang secara langsung dan menjual jasa pula dan menggunakan sistem piramida yang mana sistem bisnis ini berantai dan otomatis yang berada paling atas dia yang paling beruntung dan yang berada dibawah dia yang harus bekerja keras.

”Sejak awal Multi Level Marketing (MLM) dijalankan sebagai sebuah strategi dagang di Indonesia, masyarakat bagai tersedot ingin ikut dan larut didalamnya. Karena selain mendapatkan untung dari peserta yang berhasil dibawa masuk, juga akan mendapat dari point penjualan yang dilakukan oleh anak buahnya (*Down Line*), serta bonus-bonus yang disediakan oleh Perusahaan apabila mendapat target penjualan yang tinggi dengan mendapat bonus berupa sepeda motor, mobil mewah sampai rumah mewah. Tetapi selera dan kondisi konsumen menjadi pertimbangan strategi Multi Level Marketing (MLM) ini, karena tidak semua masyarakat yang mengerti betul Multi Level Marketing (MLM) itu sebenarnya bagaimana, sehingga pro dan kontra strategi multi level marketing (MLM) menjadi perdebatan dimasyarakat”.²

¹ Hendi Lesmana, ”faktor pendukung dan penghambat MLM”, dalam *jurnal MLM peluang atau ancaman*, Tahun 1999, hlm 15, di akses pada tanggal 21 September pukul 10.35 WIB.

² Baju Pramutoko, ”sejarah MLM” dalam *jurnal ilmiah-FE UNISKA-KEDIRI*, Tahun 2011, hlm 2, di akses pada tanggal 21 September pukul 11.20 WIB

”di Indonesia, negara dengan potensi pasar terbesar keempat setelah Amerika, China, dan India. Peluang ini dimanfaatkan dengan baik oleh perusahaan MLM asing maupun dalam negeri. Tidak heran jika jumlah perusahaan MLM yang berpotensi di Indonesia makin bertambah dari hari ke hari, utamanya dilima belas tahun terakhir”.³

Telah kita ketahui sendiri bagaimana tidak bahwa memang bisnis tersebut sudah mendarah daging dengan pembisnis-pembisnis didalam negeri dan luar negeri. Walaupun dengan demikian kita tidak bisa sewenang-wenang menganggap ini wajar-wajar saja karena dengan cara seperti ini dianggap bahwa ada ketidak beresan atau ketidak pastian dalam berbisnis ini misalnya hukumnya seperti itu. Akan tetapi dizaman yang modern ini tidak sulit untuk mencari informasi mengenai hukum Multi Level Marketing (MLM) karena dari kebanyakan buku dan artikel-artikel membahas mengenai hukum Multi Level Marketing (MLM) menurut hukum islam. Akan tetapi saat ini penulis akan berbeda mengutarakan hukum Multi Level Marketing yakni menggunakan fatwa DSN-MUI dan dibandingkan dengan fatwa Al-Lajnah addaimah yakni fatwa Arab Saudi, karena yang kita ketahui bahwa Arab Saudi adalah negara yang sumber atau titik utama Islam di Dunia. Maka kita perlu mengetahui dan membandingkan fatwa DSN-MUI dengan fatwa Arab Saudi mengenai Multi Level Marketing (MLM) ini mengapa berbeda pendapat.

Indonesia adalah negara yang mayoritas beragama Islam, sehingga hukum ketentuan lainnya selalu diukur dengan ajaran-ajaran syariat Islam dan kita telah

³ Supriadi Yosup Boni, *Apa Slah MLM? sanggahan 22 pengharaman multi level marketing*, (Jakarta: pustaka al-kautsar, 2017), hlm 116

mengetahui bahwa Indonesia yang memiliki rakyat muslim yang dominan, dan penyebaran syariat Islam pun melalui perdagangan dari Arab Saudi yang sudah pasti kita memiliki hukum dan ketentuan yang sama pula dengan Arab Saudi. Namun, zaman semakin modern dan Islam membutuhkan fiqh kontemporer yang didalam adalah hasil ijtihad para ulama dan Indonesia pun memiliki fatwa-fatwa yang harus ditaati. Pada tahun 2009 DSN-MUI telah mengeluarkan fatwa mengenai Multi Level Marketing. Bagaimana tidak? ini harus dilakukan karena demi kemaslahatan umat, Multi Level Marketing Menurut Fatwa No 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) adalah fatwa hasil ijtihad para ulama mengenai bisnis Multi Level Marketing, didalam fatwa ini membahas semuanya mengenai bisnis tersebut dengan jelas agar segala pertanyaan-pertanyaan yang kita ingin tahu sudah terjawab semuanya, mekanisme dan kedudukan fatwa sangat diperlukan bagi masyarakat sebagai acuan yang dijadikan dasar salah satu hukum.

Menurut Muhammad Abu Zahrah (1997:595) (dikutip oleh Asis dan Hasbiallah 2012), "Fatwa diartikan dengan *ifta'* (memberi fatwa) adalah suatu aktivitas yang hanya di lakukan ketika ada kejadian nyata, dan seorang ahli fiqh berusaha untuk mengetahui hukumnya".⁴

"Berfatwa atau menyampaikan fatwa menduduki fungsi *amar ma'ruf nahi munkar*, karena ia menyampaikan pesan-pesan agama yang harus dikerjakan atau

⁴ Asis Saepuddin dan Hasbiallah , *ilmu fiqh / ushul fiqh*, (Bandung: Pustaka Rahmat, 2012), hlm.130.

dijauhi oleh umat. Oleh karena itu, hukum berfatwa itu menurut asalnya adalah *fardu kifayah*”.⁵

Perbedaan ini sangat menarik, negara muslim dan negara yang mayoritas muslim ternyata memiliki argumen atau hasil ijtihad para ulama-ulama mereka berbeda mengenai Multi Level Marketing (MLM), ini perlu dianalisis lebih dalam lagi, mengapa ini terjadi dan apa yang membedakan hasil ijtihad mereka sehingga menghasilkan hasil fatwa yang berbeda?. Pada tingkat studi teoritis pengembangan wacana ilmiah akademis, hal ini menarik minat penulis untuk melakukan penelitian lebih mendalam seputar **Kedudukan Hukum Multi Level Marketinng menurut Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia dengan Fatwa Al-Lajnah Addaimah Lil Buhuts Al-Ilmiyah Wal Ifta’**.

B. Rumusan Masalah

Dengan mengacu kepada latar belakang masalah diatas ada beberapa pokok permasalahan yang akan penulis bahas dalam skripsi ini seputar bagaimana fatwa DSN-MUI dan fatwa Allajnah Addaimah mengenai Multi Level Marketing

1. Bagaimanan hukum Multi Level Marketing menurut komisi Fatwa DSN-MUI dan fatwa Al-Lajnah Addaimah Lil Buhuts Al-Ilmiyah Wal Ifta' ?
2. Apa dasar pertimbangan ijtihad Tathbiqi kedua fatwa tersebut mengenai Multi Level Marketing (MLM)?

⁵ Amir Syarifuddin, *ushul fiqh jilid 2*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2008), hlm 490.

3. Sejauh mana kekuatan argumen kedua fatwa tersebut mengenai Multi Level Marketing (MLM)?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas terdapat tujuan penulisan yakni sebagai berikut:

1. Untuk memahami hukum Multi Level Marketing menurut Fatwa MUI dan Al-Lajnah Addaimah Lil Buhuts Al-Ilmiyah Wal Ifta'.
2. Untuk mengetahui dasar pertimbangan ijtihad Tathbiqi antara kedua fatwa tersebut mengenai Multi Level Marketing (MLM).
3. Untuk mengetahui sejauh mana kekuatan argumen kedua fatwa tersebut mengenai Multi Level Marketing (MLM).

D. Kegunaan Penelitian

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat khususnya bagi penulis pribadi untuk menambah wawasan tentang hukum Multi level Marketing menurut fatwa DSN-MUI dan fatwa Arab Saudi.

Bahwa penelitian ini bersifat ilmiah, maka harapan penulis tidak hanya berguna dan bermanfaat bagi penulis semata, akan tetapi juga dapat memberikan kegunaan-kegunaan antara lain :

- a. Kegunaan yang bersifat teoritis, yaitu:
 1. Untuk memberikan bahan kajian ilmiah dalam memperkaya literatur untuk penelitian secara mendalam lebih lanjut.

2. Sebagai kontribusi pemikiran teradap pengembangan bisnis Multi Level Marketing dalam konteks fatwa dalam Negeri dan Luar Negeri.
 3. Untuk dijadikan bahan dalam penyusunan skripsi.
- b. Kegunaan yang bersifat praktis, yaitu:
1. Untuk mendapatkan jawaban yang hampir memuaskan tentang bisnis Multi Level Marketing dalam konteks fatwa dalam Negeri dan Luar Negeri.
 2. Untuk dapat dijadikan landasan dimensi fikir prioritas terhadap jual beli.

E. Kerangka Pemikiran

1. Telaah Pustaka

Penelitian ini dilakukan untuk mencari suatu kebenaran mengenai hukum tertentu dan ketentuan-ketentuan lainnya yang menjadi desakan atau menjadi permasalahan dikalangan masyarakat. Mencari suatu kebenaran dari suatu permasalahan dan membandingkannya dengan yang lain agar mendapatkan kejelasan. Bukan untuk membantah atau membenarkan hasil-hasil penelitian yang sebelumnya. Sehingga benar adanya bahwa bisnis Multi Level Marketing (MLM) ini layak atau tidak untuk dikembangkan dikalangan masyarakat Indonesia dengan ketentuan Hukum Islam dan lainnya.

Proses penelitian dilakukan dengan cara mereview dari buku-buku atau jurnal-jurnal mengenai FATWA DSN MUI dan Fatwa Al-Lajnah Addaimah Lil Buhuts Al-Ilmiah Wal Ifta' No. 22935 Tanggal 14/3/1425.

“Dewan Syariah Nasional – Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) dibentuk dalam rangka mewujudkan aspirasi umat Islam mengenai masalah perekonomian dan mendorong penerapan ajaran Islam dalam bidang perekonomian/keuangan yang dilaksanakan sesuai dengan tuntunan syariat Islam“.⁶

Jika di Indonesia lembaga fatwa khusus mengenai ekonomi dinamakan DSN-MUI maka di Arab Saudi lembaga fatwa ini dinamakan Lajnah Ad-Daimah Wal Ifta'. Lembaga ini merupakan lembaga resmi yang ditunjuk oleh pemerintahan Arab Saudi untuk mengurus segala perkara mengenai fatwa-fatwa mengenai segala pertanyaan kaum muslimin dalam bidang apapun.

“Terdapat banyak sekali pertanyaan yang datang kepada Al-Lajnah ad-Da'imah Lil Buhut al-Ilmiyah wal Ifta' tentang aktivitas perusahaan-perusahaan pemasaran berpiramida (Multi Level Marketing), seperti Biznas.Kesimpulannya, aktivitas mereka adalah meyakinkan seseorang untuk membeli sebuah produk agar dia juga bisa meyakinkan orang lain untuk membeli produk tersebut, demikian seterusnya”.⁷

Benny Santoso, S.T. M.Com, dalam sebuah bukunya yang berjudul “All About Multi Level Marketing (MLM)“ Terbitan Andi , Yogyakarta, 2003. Mendefinisikan “Multi Level Marketing (MLM) hanyalah suatu meode bisnis alternatif yang berhubungan dengan pemasaran dan distribusi. Perhatian utama dari Multi Level Marketing (MLM) adalah menentukan cara terbaik untuk menjual produk dari suatu perusahaan melalui inovasi dibidang pemasaran dan

⁶ <https://dsnmui.or.id>. Di akses pada tanggal 20 November 2017 pukul 06:36 WIB .

⁷ www.alifta.net Fatwa Al-lajnah Addaimah, *tentang MLM*, no 22935. Di akses pada tanggal 20 November 2017, pukul 19:14 WIB.

distribusi. Sekali lagi, Multi Level Marketing (MLM) hanya berkaitan dengan bagaimana bisa menjual suatu produk dengan lebih efisien dan efektif kepada pasar”⁸

Robert T. Kiyosaki dalam bukunya "The Cahflow Quadrant" “Pemasaran jaringan juga disebut multi level marketing atau sistem distribusi langsung. Seperti halnya yang dialami bisnis waralaba, sistem hukum pada awalnya berupaya melarang pemasaran jaringan, dan saya tahu beberapa negara yang telah berhasil melarang atau sangat membatasi bentuk usaha ini. Setiap sistem atau gagasan baru di era ini sering diklasifikasikan sebagai "aneh dan mencurigakan". Pada awalnya, saya juga mengira pemasaran jaringan adalah sebuah penipuan. Tapi, selama bertahun-tahun saya sudah mempelajari berbagai sistem yang ada melalui pemasaran jaringan, dan saya telah melihat beberapa teman berhasil dalam "B" (bisnis) tipe ini. Saya sudah berubah pikiran Setelah menyingkirkan prasangka saya dan mulai meneliti pemasaran jaringan, saya menemukan bahwa ada banyak orang yang dengan sungguh-sungguh dan tekun membangun bisnis pemasaran jaringan yang berhasil. Ketika bertemu orang-orang itu, saya melihat dampak bisnis mereka pada kehidupan serta masa depan finansial orang lain. Saya mulai benar-benar menghargai nilai sistem pemasaran jaringan".⁹

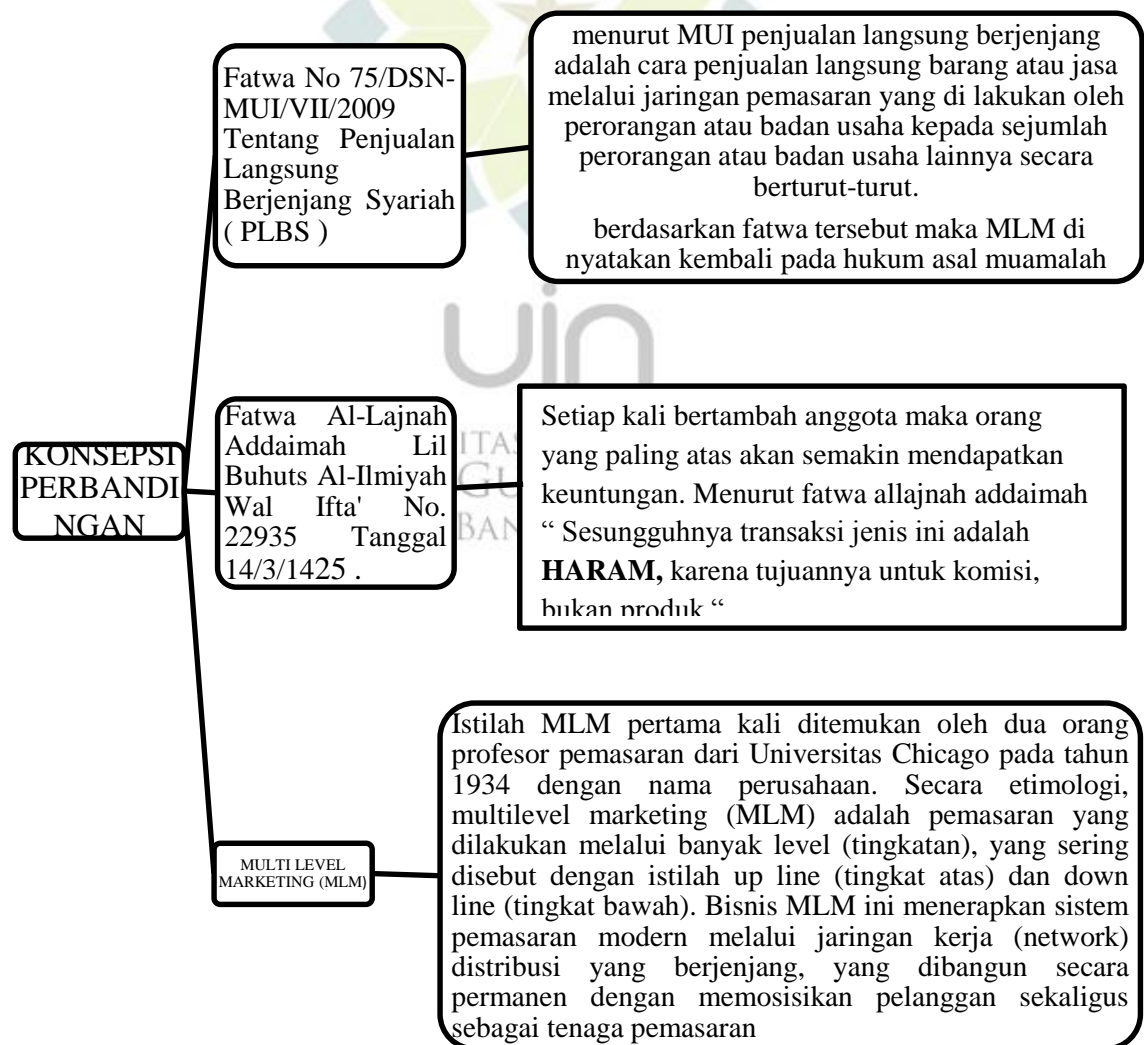
Penelitian mengenai Kedudukan Hukum Multi Level Marketing menurut Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia dengan Fatwa Al-Lajnah Addaimah Lil Buhuts Al-Ilmiyah Wal Ifta' ini untuk menjawab dan

⁸ Baju Pramutoko, , *Op.Cit*, hlm 3.

⁹ Baju Pramutoko, , *Ibid*, hlm.4

memperjelas segalanya agar tidak ada lagi sengketa atau permasalahan yang mencep bahwa semua bisnis ini menggunakan Multi Level Marketing (MLM). Karena telah kita ketahui semuanya bahwa dengan banyaknya bisnis Multi Level Marketing (MLM) di Indonesia banyak orang yang mengikutinya dan banyak pula yang kontra terhadapnya sehingga pemahaman orang mengenai bisnis yang hampir sama mendekati Multi Level Marketing (MLM) ini menjadi sasaran bahwa itu haram atau tidak boleh dilakukan. Agar semuanya terjawab dan tidak ada pertentangan lagi maka penelitian ini harus dilanjutkan.

2. Kerangka Teori



Dari konsep perbandingan di atas terdapat teori-teori yang menjadi landasan kekuatan fatwa tersebut.

a. Fatwa DSN-MUI

“menurut DSN-MUI penjualan langsung berjenjang adalah cara penjualan langsung barang atau jasa melalui jaringan pemasaran yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha kepada sejumlah perorangan atau badan usaha lainnya secara berturut-turut “. ¹⁰

Mengingat adanya landasan Al-Quran dan hadits mengenai ketentuan muamalah, bahwa sistem muamalah tidak boleh mengandung riba, gharar, maisir dan lain sebagainya dan karena tidak ada dalam ayat Al-quran maupun hadits yang menjelaskan secara rill mengenai penjualan langsung atau multi level marketing maka dari itu, fatwa DSN-MUI mengambil ketentuan dari hukum asal muamamah yakni boleh.

1) QS. al-Ma`idah [5]: 90

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رَجْسٌ مِّنْ
عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan.

¹⁰ Fatwa DSN-MUI, no 75, tahun 2009.

2) Hadis Nabi:

الْمُسْلِمُونَ عَلَى شُرُوطِهِمْ إِلَّا شَرَطَ حَرَمَ حَلَالًا أَوْ أَحَلَّ حَرَامًا (رواه
الترمذي عن عمر وبن عوف)

Kaum muslimin terikat dengan syarat-syarat mereka kecuali syarat yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram, (HR Tirmidzi dari 'Amr bin 'Auf).

3) Kaidah Fikih:

الأصل في المعاملات الإباحة إلا أن يدل دليل على تحريمها.

Pada dasarnya, semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkan.

b. Fatwa Al-Lajnah Ad-Daimah

Setiap kali bertambah anggota maka orang yang paling atas akan semakin mendapatkan keuntungan. Menurut fatwa allajnah addaimah

“ Sesungguhnya transaksi jenis ini adalah **HARAM**, karena tujuannya untuk komisi, bukan produk“¹¹

Melihat hakikat transaksi tersebut maka syar'i usaha seperti ini adalah haram karena beberapa alasan seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa landasan Al-Quran maupun hadits tidak ada secara riil dibahas maka menggunakan landasan-landasan yang dibahas dalam muamalah. Namun Lajnah Addaimah tidak menggunakan kaidah ushul fiqh dan ketentuan-ketentuan lain

¹¹ Fatwa Al-Lajnah, *Op.Cit*

melaikan langsung mengambil dari sumber Al-Quran dan hadits tentang ketentuan muamalah. Landasan hukum yang digunakan

1) QS. al-Nisa' [4]: 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

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

2) Hadits Nabi

مَنْ غَشَّ فَلَيْسَ مِنِّي.

Siapa saja yang menipu, maka ia bukan golonganku. (HR. Muslim).

Dengan melihat kepada teori dan landasan hukum yang digunakan oleh fatwa masing-masing semakin kita lebih bisa melihat ketertarikan untuk diteliti antara kedua fatwa tersebut mengenai Multi Level Marketing ini. Saling menguatkan dengan teori dan saling berpegang teguh pada landasan hukum masing-masing.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Ditinjau dari jenis data yang digunakan, peneliti ini menggunakan jenis penelitian kepustakaan (*library research*) yaitu penelaah sumber-sumber data

penelitian untuk memperoleh data melalui teknik *content analysis* atau pengamatan isi sumber yang relevan dengan penelitian.

2. Sumber Data

Mengingat penelitian ini merupakan study yang bersifat spesifik, yakni menelaah konsepsi fatwa nasional dan internasional mengenai Multi Level Marketing. Sumber-sumber tersebut sangat luas, akan tetapi sangat sulit juga didapatkan untuk fatwa internasional, maka dari itu sebagai sumber data, penulis menggunakan sumber data primer dan sekunder.

- a. Sumber data primer
 - Fatwa DSN-MUI No 75 tahun 2009 tentang PLBS
 - Fatwa Al-Lajnah Ad-Daimah No 22935 Tanggal 14/3/1425
- b. Sumber data sekunder
 - Buku Apa salah MLM

3. Teknik Pengumpulan Data

Pada tahap pelaksanaan pengumpulan data dan pengelolaan data dalam penelitian ini menjalankan prosedur sebagai berikut:

- a. Seleksi buku (*selected index reading*)
- b. Telaah buku dengan menggunakan “penanda”
- c. Identifikasi informasi yang terkait dengan masalah
- d. Klarifikasi informasi berdasarkan sub kajian
- e. Penyajian data dalam bentuk deskripsi
- f. Melakukan analisis atas data tersebut dengan memberi interpretasi
- g. Penarikan kesimpulan berdasarkan data dan interpretasinya

4. Analisis Data

Ditinjau dari desain atau rancangan penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif analisis. Dengan metode ini penulis menggunakan data terkait dengan masalah yang diteliti apa adanya. Data tersebut dihubungkan dan diklarifikasi untuk memperoleh deskripsi yang komprehensif menurut *out line* yang telah di susun sebeumnya.

G. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan kemudahan bagi pembaca, hasil penelitian ini disusun secara sistematis dalam empat bab dengan sub-sub bab sebagai berikut:

- BAB I : Merupakan pendahuluan. Bab ini terdiri dari tujuh pokok bahasan; latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kerangka pemikiran, metode penelitian, dan sistematika penulisan.
- BAB II : Adalah Multi Level Marketing (MLM) dengan tujuh sub-bab pembahasan.
- BAB III : Adalah penjabaran tentang fatwa DSN-MUI dan fatwa Lajnah Daimah dengan tiga sub-bab pembahasan. *Pertama*, fatwa No 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS), *Kedua*, fatwa Al-Lajnah Addaimah Lil Buhuts Al-Ilmiah Wal Ifta' No. 22935 Tanggal 14/3/1425, *Ketiga*, kekuatan argumen kedua fatwa tersebut.

BAB IV : Adalah penutup *include* kesimpulan dan saran. Untuk memberikan kerangka lebih komprehensif, penulis menyertakan daftar pustaka dan lampiran-lampiran pada akhir tulisan ini.

